

องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ :
กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา)
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS OF SUSTAINABILITY FOR CREATIVE TOURISM :
A CASE STUDY OF AMPHAWA COMMUNITY, SAMUTSONGKRAM PROVINCE

Mrs. Sathiya Rungpipattanapong



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Human and Social Development
(Interdisciplinary Program)
Graduate School
Chulalongkorn University
Academic Year 2014
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัด
สมุทรสงคราม

โดย

นางสาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์

สาขาวิชา

พัฒนามนุษย์และสังคม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร. อุ๋นเรื่อน เล็กน้อย

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุเนตร ชุตินธรานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒนา ธาดานิติ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ ดร. อุ๋นเรื่อน เล็กน้อย)

.....กรรมการ

(ดร. อเนกพล เกื้อมา)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล พิชญ์ไพบุลย์)

สาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์ : องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (FACTORS OF SUSTAINABILITY FOR CREATIVE TOURISM :A CASE STUDY OF AMPHAWA COMMUNITY, SAMUTSONGKRAM PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร. อุ๋นเรื่อน เล็กน้อย, 181 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และจัดทำข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และสมาชิกของชุมชน และทำการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับตัวแบบองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดการพัฒนายั่งยืนและมิติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP ซึ่งพบว่าองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวหัวใจสร้างสรรค์ เจ้าบ้านเข้มแข็ง และสร้างสรรค์ กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์แท้จริงไม่จัดสร้าง กระบวนการควบคุมภายในเข้มแข็งและครอบคลุม และประโยชน์เข้าถึงอย่างเท่าเทียม สำหรับข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ข้อ ได้แก่ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดกระบวนการควบคุมภายในเพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงประโยชน์ของชุมชน รวมถึงการพัฒนากิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน

สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5587185720 : MAJOR HUMAN AND SOCIAL DEVELOPMENT

KEYWORDS: CREATIVE TOURISM / FACTORS OF SUSTAINABILITY / AMPHAWA COMMUNITY

SATHIYA RUNGPIPATTANAPONG: FACTORS OF SUSTAINABILITY FOR CREATIVE TOURISM :A CASE STUDY OF AMPHAWA COMMUNITY, SAMUTSONGKRAM PROVINCE. ADVISOR: UNRUAN LEKNOI, Ph.D., 181 pp.

This research aimed to find the factors of sustainability for creative tourism with recommendations on creative tourism conduct and community development in Amphawa community, Samutsongkarm province. The research was carried out by means of qualitative research by observation and interviews with officer of tourism agencies, tourists, entrepreneurs and members of Amphawa community to collected data and compared with the factors of sustainability for creative tourism model, which developed from sustainable development principle and the objective of sustainable tourism by UNWTO and UNEP. The finding indicated factors of sustainability for creative tourism in Amphawa community that consist of 5 factors which are the creative tourist, creative and strong community, authentic activity and participation, intensity local control, accessible and equality advantages. Finally, the research proposed 4 suggestions to manage sustainable creative tourism in Amphawa community that are awareness building for creative tourist and community, strengthening creative community participation, creating local control process to distribute equality advantages, and developing creative activities and creative tourism to the relational stage.

Field of Study: Human and Social
Development

Student's Signature

Advisor's Signature

Academic Year: 2014

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร. อุ๋น เรือน เล็กน้อย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒนา ธาดานิติ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร. อเนกพล เกื้อมา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล พิชญ์ไพบุลย์ ที่กรุณาสละเวลาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงผู้ให้ข้อมูลในระดับชุมชนทุกท่าน ที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูลและแบ่งปันองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณ เพื่อนและน้องๆ ในหลักสูตรพัฒนามนุษย์และสังคม (HSD 8 / 8.5) สำหรับความช่วยเหลือและการเป็นธุระแทนผู้วิจัยในหลายเรื่องตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกคนที่เข้าใจ ให้กำลังใจ และให้เวลาผู้วิจัยได้ศึกษาต่อตลอดระยะเวลาการศึกษา และขอขอบคุณ คุณสรวิทย์ รุ่งพิพัฒน์พงศ์ ผู้เป็นที่ปรึกษา เป็นกำลังใจ และเป็นแรงผลักดันสำคัญของผู้วิจัยเสมอมา

ใคร่ขอขอบพระคุณ และมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่ รองศาสตราจารย์ ม.ร.ว. พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิวัตน์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา โรหิตร์ตนะ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะทางวิชาการและปฏิบัติการ และให้โอกาสในการสร้างเสริมประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อความคิด มุมมอง และการใช้ชีวิตของผู้วิจัยในทุกด้านมาโดยตลอด รวมถึงคณาจารย์ของหลักสูตรพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณาจารย์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอมอบความกตัญญูกตเวทิตา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แด่บิดา มารดา ผู้เป็นตัวอย่างของความดีงาม ความขยัน และอดทน และขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีมาจากแล้วไว้ได้หมด ทั้งนี้ข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นผู้วิจัยขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว และยินดีรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

สารบัญ

หน้า



บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	6
1.3.2 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	6
1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่.....	6
1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา.....	6
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2	9
การทบทวนเอกสาร.....	9
2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	11
2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	11
2.1.1.1 การท่องเที่ยว.....	11
2.1.1.2 สร้างสรรค์.....	12
2.1.1.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	13

2.1.2 ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	15
2.1.3 เป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	16
2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทโลก.....	17
2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย	20
2.1.5.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของ อพท.	21
2.1.5.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา	28
2.1.5.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของ ททท.....	30
2.2 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	34
2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	34
2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	35
2.2.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย.....	37
2.3 การท่องเที่ยวทางเลือก	38
2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	39
2.3.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	39
2.3.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	40
2.3.1.3 รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	42
2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	43
2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	44
2.3.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	44
2.3.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	45
2.3.3.3 รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	45
2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	47

2.3.4.1	ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47
2.3.4.2	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	48
2.3.5	การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน.....	49
2.3.5.1	ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน	49
2.3.5.2	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน.....	50
2.3.5.3	รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน	50
2.4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	51
2.4.1	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	51
2.4.2	ความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	53
2.4.3	ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย....	54
2.5	ภาพรวมนโยบายการท่องเที่ยว และการดำเนินงานของหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	56
2.5.1	นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	56
2.5.2	การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	58
2.6	การท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา.....	59
2.6.1	ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	59
2.6.1.1	เศรษฐกิจและการประกอบอาชีพ	59
2.6.1.2	การคมนาคมขนส่ง.....	60
2.6.1.3	ทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยว.....	60
2.6.2	ความเป็นมา และพัฒนาการการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา.....	61
2.6.3	การท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	62
2.6.4	ผลจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา	63
2.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65

บทที่ 3	66
ระเบียบวิธีวิจัย	66
3.1 รูปแบบของการวิจัย.....	66
3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย	66
3.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	67
3.3.1 ขอบเขตเนื้อหา.....	67
3.3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	68
3.3.3 ขอบเขตพื้นที่	68
3.3.4 ขอบเขตเวลา.....	69
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
3.4.1 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ.....	69
3.4.2 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ.....	70
3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	72
3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
3.5.2 การนำเสนอข้อมูล.....	72
บทที่ 4	73
ผลการศึกษา	73
4.1 การให้นิยามและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย.....	74
4.1.1 การให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานในระดับนโยบาย.....	74
4.1.2 ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย.....	77
4.2 บทวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	85
4.2.1 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี.....	85

4.2.2 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	98
4.2.2.1 ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม	98
4.2.2.2 มิติของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	113
4.2.2.3 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	136
4.3 ข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม.....	142
บทที่ 5	152
สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ.....	152
5.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับความยั่งยืน	152
5.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย.....	153
5.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	154
5.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามตัว แบบองค์ประกอบของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี	155
5.5 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม.....	160
5.6 ข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม.....	162
5.7 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	164
รายการอ้างอิง	165
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	181

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แหล่งเสริมประสบการณ์ตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย อพท.	21
ตารางที่ 2	กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.....	29
ตารางที่ 3	20 ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุด โดย ททท.	31
ตารางที่ 4	กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของพื้นที่เป้าหมายสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย อพท.....	78
ตารางที่ 5	กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของพื้นที่เป้าหมายสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	80
ตารางที่ 6	กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุด โดย ททท.....	81
ตารางที่ 7	สรุปลักษณะที่สอดคล้องกับความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	155
ตารางที่ 8	องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	161

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายของความยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	17
ภาพที่ 2	ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	19
ภาพที่ 3	แสดงเป้าหมายและความขัดแย้งสู่เป้าหมายแต่ละด้านของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ...	36
ภาพที่ 4	มิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	37
ภาพที่ 5	The original SCSB (Swedish Customer Satisfaction Barometer) model.....	52
ภาพที่ 6	The ACSI (American Customer Satisfaction Index) model	52
ภาพที่ 7	ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของ WEF	54
ภาพที่ 8	ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเดินทางมาประเทศไทย	55
ภาพที่ 9	ภาพรวมแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559.....	57
ภาพที่ 10	การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	59
ภาพที่ 11	กรอบแนวคิด การศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	67
ภาพที่ 12	ขอบเขตของชุมชนอัมพวาที่ทำการศึกษา	69
ภาพที่ 13	ตำแหน่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อความ ยั่งยืนรูปแบบอื่น	75
ภาพที่ 14	ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	89
ภาพที่ 15	องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	97
ภาพที่ 16	ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา	103
ภาพที่ 17	ลักษณะเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา	104
ภาพที่ 18	บรรยากาศโดยรอบภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา	105
ภาพที่ 19	บ้านเรือนริมคลองอัมพวาที่ยังเหลือเค้าโครงดั้งเดิมจากภายนอก.....	106

ภาพที่ 20	บ้านเรือนริมคลองอัมพวาที่ถูกเปลี่ยนรูปเพื่อรองรับการท่องเที่ยว.....	106
ภาพที่ 21	ตัวอย่างธุรกิจ บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา.....	107
ภาพที่ 22	กิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์.....	108
ภาพที่ 23	โปรแกรมการท่องเที่ยว สิบอย่างช่างไทยในแม่กลอง.....	108
ภาพที่ 24	ฐานกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา.....	110
ภาพที่ 25	เทศกาลทอดกฐินทางน้ำของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	111
ภาพที่ 26	กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา.....	115
ภาพที่ 27	สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา.....	115
ภาพที่ 28	ตัวอย่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว.....	116
ภาพที่ 29	ความหลากหลายทางชีวภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา.....	119
ภาพที่ 30	การใช้พื้นที่เพื่อการเกษตร การท่องเที่ยว และการอยู่อาศัยของชุมชนอัมพวา.....	121
ภาพที่ 31	ภาพสะท้อนปัญหาด้านขยะในแหล่งท่องเที่ยว.....	123
ภาพที่ 32	การจราจรบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา.....	124
ภาพที่ 33	การจัดการปัญหาการพังทลายของตลิ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	124
ภาพที่ 34	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เพียงพอ บริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา.....	126
ภาพที่ 35	เส้นทางรถตู้เพื่อเดินทางมายังชุมชนอัมพวา.....	126
ภาพที่ 36	ป้ายประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่ปัก ของศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของอัมพวาโดยเครือข่ายของชุมชน.....	127
ภาพที่ 37	ลักษณะทางกายภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา.....	127
ภาพที่ 38	วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยังพบได้บริเวณคลองผีหลอกและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา.....	130
ภาพที่ 39	วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยังพบได้บริเวณพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์.....	131
ภาพที่ 40	องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม.....	139

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี 2556 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1.13 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) และนอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งรายได้ที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศแล้ว ยังก่อให้เกิดการสร้างงานในภาคบริการ ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (รัศมีพงศ์ วงศาโรจน์, 2555) และเป็นกลไกในการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตามการขยายตัวและการแข่งขันที่รุนแรงภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้นำมาซึ่งผลประโยชน์ด้านบวกเพียงอย่างเดียว แต่ในหลายครั้งการท่องเที่ยวก็นำมาซึ่งผลกระทบที่มีต่อชุมชน วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวในด้านลบด้วย เช่น กรณีการเปลี่ยนรูปของชุมชนเมืองปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย หรือความเสื่อมโทรมทางธรรมชาติและสังคมของเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ส่งผลกระทบต่อลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวเดิม (รัศมี ชูทรงเดช, 2549) พร้อมกับการเกิดใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบคล้ายเดิมแต่ต่างสถานที่ จนเกิดเป็นคำถามในประเด็นความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย และความคุ้มค่าในระยะยาวของการพัฒนาการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.], ม.ป.ป.) จากคำถามที่เกิดขึ้นข้างต้นได้นำมาสู่พัฒนาการของการจัดการท่องเที่ยวด้วยเครื่องมือหลากหลายรูปแบบที่มีจุดมุ่งหมายที่ความยั่งยืนในปัจจุบัน

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาพัฒนาการของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างจริงจังในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา โดยกำหนดเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยว ช่วยลดภาระการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ โดยมีการกล่าวถึงแนวทางในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่เป็นไปเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างมากในทุกกระดับ สร้างรายได้จำนวนมากทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง จนกระทั่ง

ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จึงได้เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศเข้ามาประยุกต์ใช้ และตั้งคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติขึ้นในปี 2541 รวมถึงกำหนดให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นวาระแห่งชาติ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

นอกจากนี้ในการประชุมระดับนานาชาติ Globe'90 Conference ณ ประเทศแคนาดา ได้มีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวที่ต้องมีความยั่งยืน รวมถึงการประชุม Earth Summit ที่เมืองริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล นำมาซึ่งการกำหนดแนวคิดสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์มากกว่าการมุ่งตอบสนองต่อระบบเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว เกิดเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) (จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล, 2553) เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ทำให้ประเทศไทยรับและนำแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกเข้ามาใช้ครั้งแรกในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ในปี 2541 ดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้นอกจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว ยังมีการท่องเที่ยวทางเลือกอื่นๆ ที่ได้ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในหลายปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวชุมชน ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (สุนทร สุวรรณละออง, 2555)

แม้ว่าประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเรื่อยมาตั้งแต่ปี 2541 ทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อความยั่งยืนที่หลากหลาย ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งได้รับการยอมรับว่าได้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมของการท่องเที่ยวทางเลือกที่ผ่านมา แต่จากการศึกษาของรักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2555) กลับยังพบว่าประเทศไทยยังเผชิญความท้าทายที่เป็นสัญญาณสะท้อนถึงความไม่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในหลายประเด็น ไม่ว่าจะเป็นการลดจำนวนลงของระยะเวลาพำนักเฉลี่ยและรายได้ต่อหัวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ความเสื่อมโทรมทางธรรมชาติ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของนักท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนน้อยลง ฯลฯ หรือการจัดการท่องเที่ยวทางเลือกที่ผ่านมาในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งก็ไม่ได้สร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวอย่างที่คาดหวัง และในหลายครั้งกลับสร้างผลกระทบเชิงลบหรือตรงข้ามกับความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยตามการประเมินของ World Economic Forum ซึ่งพบว่าในปี 2556 ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 43 ถดถอยจากปี 2554 ซึ่งอยู่ในลำดับที่ 41 และลำดับที่ 39 ในปี 2552 ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลการประเมินด้านความยั่งยืนของ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 97 จาก 139 ประเทศที่ได้รับการประเมินในปี 2556

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงยึดโยงกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการพัฒนา โดยปัจจุบันได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ซึ่งเชื่อว่าจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.], ม.ป.ป.) ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นชื่อเฉพาะของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ให้ความสำคัญกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและประชาคมของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต้องกระทำเช่นเดียวกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในประชาคมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน และสามารถสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน (Richards และ Raymond, 2000; UNESCO, 2006; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ม.ป.ป.) โดยมีพัฒนาการจากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่มาเที่ยวในประเทศแถบเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และออสเตเรียของ Richards and Raymond ซึ่งบัญญัติรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสประสบการณ์ด้วยการทำเช่นเดียวกับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ว่า Creative Tourism (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ม.ป.ป.)

ทั้งนี้ได้มีการกล่าวถึงและนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งทั่วโลก เช่น บาร์เซโลนา ออสเตเรีย บราซิล ปารีส (ฝรั่งเศส) ซานตาเฟ (สหรัฐอเมริกา) เป็นต้น (creativetourismnetwork.org, ออนไลน์) หรือแม้แต่ในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Tourism Strategic Plan : ATSP) ก็ได้กล่าวถึงแนวทางในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ในกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของภูมิภาค และกลยุทธ์การลงทุนและการตลาดที่สร้างสรรค์ สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาใช้เป็นครั้งแรกในช่วงปลายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 โดยมี อพท. เป็นหน่วยงานแรกในการผลักดันการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ของประเทศไทยยังได้กล่าวถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เอาไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ว่าด้วยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 6 ที่กล่าวถึงการสนับสนุนให้เกิดโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ระบุรูปแบบการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ไว้ในแผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2556 เป็นครั้งแรก ในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว

จากการกำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของ อพท. ซึ่งมุ่งเน้นความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่า (Value Creation) ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ (นาฬิกาตึก สแกนนิท, ม.ป.ป. อ้างถึงใน อพท., ม.ป.ป.) จึงกำหนดพื้นที่เป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเชิงคุณค่าของมรดก วัฒนธรรม และธรรมชาติของชุมชน ร่วมกับมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนควบคู่กันไป (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ม.ป.ป.) ในขณะที่ ททท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของกิจกรรมสร้างประสบการณ์ในหลายชุมชน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาพื้นที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานข้างต้นพบว่า หลายพื้นที่ถูกเปลี่ยนรูปทาง วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตดั้งเดิมไปแล้ว และหลายพื้นที่ก็ถูกตั้งคำถามในเรื่องความ เสื่อมโทรมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในปัจจุบัน ทำให้เกิดข้อสังเกตบางประการว่าพื้นที่ เป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เหล่านี้ จะสามารถตอบวัตถุประสงค์ของแนวคิดการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และตอบโจทย์ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้อย่างไร ในขณะที่พื้นที่บางแห่งที่ยังมีความบริสุทธิ์ของวิถีชีวิตชุมชนอยู่มาก อาจถูกทำให้เข้าสู่วัฏจักรความไม่ ยั่งยืนของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม หากการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของความยั่งยืนดังเช่นการท่องเที่ยวทางเลือกอื่นๆ ที่ผ่านมา

อัมพวา ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เป้าหมายในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้ง 3 หน่วยงาน คือ อพท. ททท. และกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา โดยอัมพวาเป็นเมืองเล็กๆ ของจังหวัดสมุทรสงครามที่ถูกพัฒนาและรื้อฟื้น ด้วยการใส่คุณค่า (Value) ต่อยอดจากภูมิศาสตร์ ภูมิสังคมตั้งแต่ปี 2546 โดยพัชโรดม อนุสุวรรณ อดีตนายกเทศมนตรีเทศบาลอัมพวา ผู้ริเริ่มแนวคิดการบริหารจัดการพื้นที่อัมพวาในรูปแบบใหม่ มุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจชุมชนของอัมพวา ซึ่งเคยเป็น เมืองที่มีจำนวนประชากรลดลงจากการย้ายถิ่นของวัยแรงงาน เหลือเพียงประชากรวัยเด็กและวัยชรา ในพื้นที่ กลับมาเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ของพื้นที่ พัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชนจากการ เพิ่มอาชีพ เพิ่มรายได้ และแก้ปัญหาทางสังคม และยกให้อัมพวาเป็นโมเดลต้นแบบในการสร้างสรรค์ เศรษฐกิจชุมชน (สุกัญญา ศุภกิจอำนวย, 2552)

อย่างไรก็ตามพัฒนาการของการท่องเที่ยวอัมพวาจนถึงปัจจุบัน ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ทั้งด้านบวกและลบ นอกจากจะทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่เติบโตและเกิดธุรกิจสืบเนื่องจากการท่องเที่ยว แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีส่วนเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน จากการพัฒนาที่เน้นโครงสร้างพื้นฐานภายนอก โดยไม่ได้จับประเด็นโครงสร้างทางสังคมภายในกลายเป็นข้อด้อยของการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นอัมพวา (วลัยลักษณ์ ทรงศิริ, ม.ป.ป.) ดังปรากฏเป็นปรากฏการณ์และการเรียกร้องต่อต้านของชุมชนในหลายกรณี แสดงให้เห็นว่าเจตนาารมณ์และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนาอัมพวาของผู้ริเริ่มการรื้อฟื้นอัมพวา กับผลที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน มีช่องว่างของความสำเร็จอยู่มากโดยเฉพาะประเด็นด้านสังคม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อมของชุมชนอัมพวาที่สะท้อนไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

อัมพวา จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจในบริบทและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย ในฐานะเป็นพื้นที่เป้าหมายหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาที่ไม่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวมาก่อน ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถนำมาซึ่งความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง จึงควรทราบถึงองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาคำประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. จัดทำข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยเริ่มตั้งแต่การทำความเข้าใจความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎีและในบริบทของประเทศไทย เพื่อให้องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามที่ได้จากผลการวิจัย เป็นไปตามแนวทางของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง และคำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน กรอบนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.3.2 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ผู้เกี่ยวข้องในระดับนโยบายได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว 3 หน่วยงานคือ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. ผู้เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และสมาชิกของชุมชน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีขอบเขตพื้นที่ศึกษาเฉพาะพื้นที่ซึ่งคล้ายเกาะที่ล้อมรอบด้วยลำน้ำจากคลองอัมพวา คลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2557 – เดือนมีนาคม 2558

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่มีความแท้จริงของศิลปะ มรดก และลักษณะเฉพาะของสถานที่ซึ่งเชื่อมโยงกับผู้คนที่อาศัยและมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในสถานที่แห่งนั้น จากการได้ลงมือทำในกิจกรรมเดียวกับกิจกรรมที่ชุมชนทำอยู่เป็นประจำ
2. ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันตามระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชน และแปรผันตรงตามระยะเวลาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับคือ ระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงระบบคุณค่า (Value System) ระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงการรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Direct Experience) ระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว (Experience and Journey) และระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) ตามการศึกษาของวุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557)
3. ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสมดุลระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดโดยชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวมีบทบาทและส่งผลดีต่อชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว
4. องค์ประกอบของความยั่งยืน หมายถึง องค์ประกอบที่นำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนหนึ่งๆ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. ได้ข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. หน่วยงานผู้กำหนดนโยบายสามารถนำองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไปใช้เป็นกรอบในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยไม่สร้างผลกระทบทางลบให้กับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน รวมทั้งมีส่วนในการพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยวและประชาคมของแหล่งท่องเที่ยวจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง
ชุมชนและนักท่องเที่ยวจากกิจกรรมภายใต้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว / วิสาหกิจชุมชนสามารถนำองค์ประกอบของความยั่งยืน
สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไปใช้ในการกำหนดกิจกรรมและบริการที่ตอบสนอง
ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่กระทบต่อวิถีชุมชน วัฒนธรรม
และสิ่งแวดล้อมดั้งเดิมน้อยที่สุด
5. เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายและแนวทางในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว
ที่ยั่งยืนสำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป



บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะนำไปสู่การกำหนดกรอบการศึกษา เพื่อตอบคำถามและวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 2.1.3 เป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทโลก
 - 2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย
- 2.2 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 2.2.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย
- 2.3 การท่องเที่ยวทางเลือก
 - 2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
 - 2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
 - 2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 2.3.5 การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน
- 2.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 - 2.4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 - 2.4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 - 2.4.3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 2.5 ภาพรวมนโยบายการท่องเที่ยว และการดำเนินงานของหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 - 2.5.1 นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 - 2.5.2 การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 2.6 การท่องเที่ยวอัมพวา
 - 2.6.1 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
 - 2.6.2 ความเป็นมา และพัฒนาการการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา
 - 2.6.3 การท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
 - 2.6.4 ผลจากการจัดการท่องเที่ยวอัมพวา
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.1.1.1 การท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization [UNWTO], ออนไลน์) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง “กิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่เดินทางไปและพักอาศัยในสถานที่อื่น ซึ่งไม่ใช่สภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยภายใต้ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน กิจกรรม หรือวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่เพื่อการหาค่าตอบแทนในสถานที่ที่ไปเยือน” นอกจากนี้ยังให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าการท่องเที่ยว (Tourism) มีความแตกต่างจากการเดินทาง (Travel) โดยกล่าวว่า การเดินทางจะเป็นการท่องเที่ยวต่อเมื่อเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และเพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้เป็นไปเพื่อการสร้างรายได้หรือประกอบอาชีพ

Matheison และ Wall (1982) (cited in Dowling and Fennell, 2003) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางออกไปนอกร้านหรือที่ทำงานปกติ โดยมีกิจกรรมเกิดขึ้นระหว่างที่พำนักอยู่ในสถานที่ปลายทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Goeldner, Ritchie และ McIntosh (2000) (cited in Johnston and Twynam, ออนไลน์) ได้เพิ่มเติมมิติของความสัมพันธ์ในคำจำกัดความของการท่องเที่ยวว่าเป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ธุรกิจ รัฐบาล เจ้าบ้าน และประชาคมของเจ้าบ้านในการดึงดูดและต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ซึ่ง วรรณภา วงษ์วานิช (2539) (อ้างถึงในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน , 2556) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวมิใช่เพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่มีความครอบคลุมถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากที่หนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง ทั้งที่เป็นการเดินทางภายในและระหว่างประเทศ และเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์มีกิจกรรมระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน ให้ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินในสถานที่อื่นซึ่งไม่ใช่บ้านเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และเป็นไปเพื่อจุดมุ่งหมายใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือประกอบอาชีพ

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วย การเดินทางทั้งที่เกิดขึ้นภายในและระหว่างประเทศด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหากำไรหรือประกอบอาชีพของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปยังสถานที่ปลายทางที่ไม่ใช่บ้านเป็นการชั่วคราว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม กระบวนการ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือน และประชาคมของเจ้า

บ้าน ณ จุดหมายปลายทางนั้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาเยือนทั้งในด้านความสนุก เพลิดเพลิน หรือได้รับความรู้

2.1.1.2 สร้างสรรค์

John Hawkins (2001) (อ้างถึงในอภิสิทธิ์ ไส้ตู่โรไกล, 2554) ได้นำคำว่า Creative หรือความคิดสร้างสรรค์มาใช้เรียกกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ (Creative Economy) อย่างชัดเจนเป็นครั้งแรกในหนังสือ ‘The Creative Economy – How People Make Money from Ideas’ และมีพัฒนาการอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา โดย UNESCO ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ว่าหมายถึงอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.], 2552) และในปี 2551 องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา หรือ United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD] ได้พัฒนาคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้มีความหมายครอบคลุมมากกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยให้คำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าหมายถึง แนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.], 2552)

การตี เลียวไฟโรจน์ (2553) ได้อธิบายเพิ่มเติมเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยระบุว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ 1) Creative Classes – Creative Entrepreneurs 2) Creative Cities – Creative Clusters และ 3) Creative Industries – Creative Products and Services ดังนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นภาพที่กว้างกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับอภิสิทธิ์ ไส้ตู่โรไกล (2554) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นเพียงสาขาการผลิตหลักที่จะพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด และ UNCTAD (2008) ก็ได้มีการกล่าวถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ทั้งนี้จากขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage) และ UNESCO ประเภทมรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามขอบเขตของ UNCTAD และ UNESCO

2.1.1.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หากนำคำว่าการท่องเที่ยว (Tourism) มารวมกับความสร้างสรรค์ (Creative) แล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จึงอาจหมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ซึ่งไม่ใช่บ้าน หรือสถานที่ทำงานปกติเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ เพื่อทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าในสถานที่ปลายทางที่เดินทางไปเยือน จากการนำความคิดสร้างสรรค์เข้าไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมนั้น ทั้งนี้เป็นไปเพื่อการพักผ่อน กิจกรรม หรือวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism ถูกให้นิยามขึ้นครั้งแรกในช่วงเวลาใกล้เคียงกับการกล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดย Richards และ Raymond (2000) (cited in Richard, 2009) จากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศแถบเอเชีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และออสเตรเลีย และบัญญัติรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสประสบการณ์ด้วยการทำเช่นเดียวกับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ว่า Creative Tourism (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ม.ป.ป.) โดยให้ความหมาย Creative tourism ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำเสนอโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการใช้ศักยภาพอย่างสร้างสรรค์ในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่เป็นไปตามลักษณะของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม และได้เพิ่มเติมส่วนเน้นของนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องเป็นกิจกรรมที่นำเสนอโอกาสในการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะความชำนาญ ขนบธรรมเนียมและประเพณีของท้องถิ่น หรือศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ที่ไปเยือนให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น (Richards และ Wilson, 2006)

ในขณะที่ UNESCO (2006) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสและมีส่วนร่วมในประสบการณ์จริงของศิลปะ มรดก และลักษณะเฉพาะของสถานที่ ซึ่งเชื่อมโยงกับผู้คนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในสถานที่แห่งนั้น นอกจากนี้ Wurzburger, Aageson, Pattakos และ Pratt (2009) ได้สรุปนิยามใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการประชุม Creative Cities Network ในปี 2549 ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริงของนักท่องเที่ยว ที่ได้จากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ถึงศิลปะ วัฒนธรรม หรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ม.ป.ป.)

ทั้งนี้จากการศึกษาของ Richards และ Wilson (2006) อธิบายถึงพัฒนาการของระบบการผลิตทางการท่องเที่ยวให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเริ่มต้นมาจากนักท่องเที่ยวคนแรกเดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนบุคคล และได้รับความนิยมสู่การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) จนพัฒนามาสู่การท่องเที่ยวทางเลือกจากเหตุผลด้านความยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ แต่ยังคงรูปแบบของการท่องเที่ยวและรับประสบการณ์แบบกลุ่ม ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งพัฒนาต่อยอดมานั้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Custom) ตามศักยภาพหรือความสามารถด้านความสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีติดตัวมา ซึ่งเกือบจะย้อนกลับไปสู่รากเหง้าของการท่องเที่ยวในยุคเริ่มแรก

สำหรับประเทศไทย พบว่าหน่วยงานการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบดูแลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3 หน่วยงานในปัจจุบัน ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างคล้ายคลึงกันกล่าวคือ อพท. ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุล ระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยม และในรูปแบบความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.], ม.ป.ป.) ในขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (thaicreativetourism.com, ออนไลน์) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [ททท.] ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเรียนรู้ (Participation) จากการไปท่องเที่ยวในสถานที่หรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น ไม่ว่าจะเป็ในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่สืบทอดต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน หรือภูมิปัญญาชาวบ้านที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตอย่างลงตัว ซึ่งนอกจากจะเรียนรู้วัฒนธรรมในแต่ละชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการเข้าไปสัมผัสและได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการลงมือทำ จนเกิดความเชื่อมโยง (Connect) ระหว่างนักท่องเที่ยวเอง

และผู้คนที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น อีกทั้งยังเกิดเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดในรูปแบบของตัวเองได้ (thaicreativetourism.com, ออนไลน์)

แม้ว่านิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะมีความแตกต่างกันบ้างในบางรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น แต่ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์แท้จริงจากการมีส่วนร่วมในการทำเช่นเดียวกับสิ่งที่คนในแหล่งท่องเที่ยวทำอยู่เป็นประจำ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ศักยภาพและความสร้างสรรค์ในการมีส่วนร่วม (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) ซึ่ง Richards และ Raymond (2000) (cited in Richard, 2009) เรียกประสบการณ์นี้ว่า “ประสบการณ์ที่แท้จริง หรือ Authentic Experience” หรือประสบการณ์ที่ต้องมาจากการลงมือของนักท่องเที่ยว (Active Participant) ไม่ใช่เพียงการมองดูชื่นชม หรือซื้อหาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เท่านั้น (Richards, 2011; Richards และ Wilson, 2006)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับและพัฒนาประสบการณ์ตรงจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน และได้ลงมือทำในสิ่งเดียวหรือกิจกรรมเดียวกับที่คนในชุมชนทำอยู่ในชีวิตประจำวันทั้งในเชิงกิจกรรม วิถีชีวิต ศิลปะ และวัฒนธรรมอันแท้จริง

2.1.2 ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards และ Wilson (2006) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบขึ้นจากองค์ประกอบหลัก 3 ด้านคือ สถานที่สร้างสรรค์ งานหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ และกระบวนการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ที่เติบโตขึ้นจนสามารถเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างประสบการณ์สร้างสรรค์ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการปะติดปะต่อชิ้นส่วนของประสบการณ์ที่กระจัดกระจายให้เป็นชิ้นส่วนเดียวกันที่มีเอกลักษณ์ โดยอาศัยประสบการณ์เริ่มต้นที่นักท่องเที่ยวมีมาอย่างเฉพาะตัวในแต่ละบุคคล (Unique) ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์เหล่านั้น (Ateljevie และ Doorne, 2004) อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็ไม่ใช่เพียงการใส่ความสร้างสรรค์เข้าไปในสถานที่หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หากแต่ต้องหมายถึงการนำต้นทุนของทรัพยากรไปใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ตามแนวทางและขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนร่วมด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการบริโภคเพียงประสบการณ์ แต่ต้องได้กระบวนการในการพัฒนาประสบการณ์และการเรียนรู้ของตนเองร่วมด้วย (Gilmore และ Pine, 1999) หรือนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะไม่ได้มีบทบาทเป็นเพียงผู้ดู ผู้สังเกตการณ์ หรือผู้ซื้อสินค้าสร้างสรรค์เท่านั้น (Richards, 2011) แต่นักท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยว โดยเข้าไปอยู่ในกระบวนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวนั้น หรือนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคอย่างเดียว แต่มีบทบาทเป็นผู้ผลิตการท่องเที่ยวนั้นให้กับตนเอง หรือแม้กระทั่งเป็นผู้เลือกและกำหนดเนื้อหาของการท่องเที่ยวให้กับตนเองด้วย (User-generated Content) ตามที่ Richards และ Wilson (2006) อธิบายว่านักท่องเที่ยวจะไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้บริโภคทั่วไป (Passive Consumer) ที่มีบทบาทเพียงการเดินชม หรือเลือกซื้อสินค้าสร้างสรรค์เท่านั้น หากแต่จะกลายเป็นผู้ร่วมในกระบวนการของการท่องเที่ยวหรือ Active Participant ด้วย

2.1.3 เป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

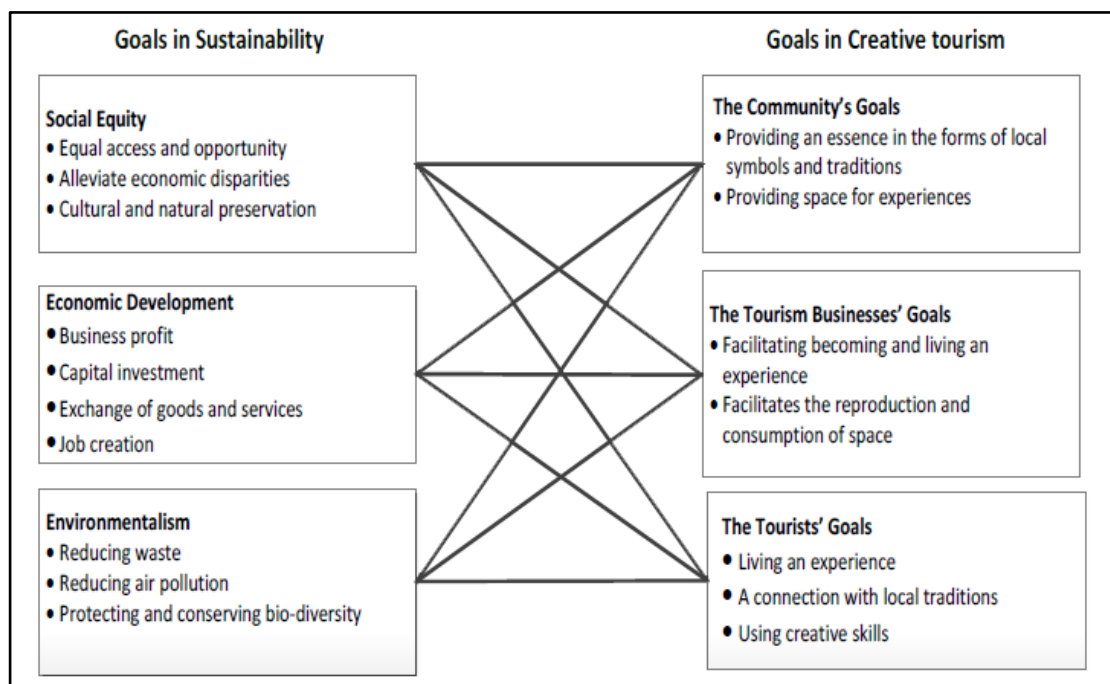
ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านมาพบว่า มีการกล่าวถึงเป้าหมายและประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจนและตรงไปตรงมาอยู่อย่างจำกัด ทั้งนี้เนื่องมาจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่ายังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการนำมาปฏิบัติใช้ อย่างไรก็ตาม Campbell (2010) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะนำมาซึ่งโอกาสในการเสริมสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและการสรรหาความแตกต่างในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังสร้างโอกาสในการค้นหาประสบการณ์ที่แท้จริงและขยายฤดูกาลการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจในการส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้และการดำรงชีวิตของชุมชนในวงกว้าง

นอกจากนี้ ได้มีการกล่าวถึงความเกี่ยวเนื่องของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ในการประชุมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับนานาชาติของ UNESCO (2006) และ Solène (2011) ได้ศึกษาถึงบทบาทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการลดความขัดแย้งของเสาหลักทั้ง 3 ด้านของความยั่งยืน โดยทำให้เกิดความเชื่อมโยงของผลประโยชน์ระหว่างวัตถุประสงค์ ทรัพยากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (actors) ของความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีส่วนในการพัฒนาและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ โดยอาศัยความสร้างสรรค์ซึ่งจำเป็นต้องพึ่งพาความสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของพื้นที่ ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการจัดการที่มุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ในขณะที่ Korez-Vide (2013) ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมและสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในสโลวีเนีย โดยพบว่าการท่องเที่ยวที่มุ่งค่าใช้จ่ายภาคการท่องเที่ยวของภาครัฐอาจไม่ได้แปรผันกับผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือการใช้จ่ายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอาจไม่ได้สร้างผลลัพธ์

ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศในทิศทางเดียวกัน แต่พบว่าการสนับสนุนให้เกิดความสร้างสรรค์ หรือ นวัตกรรมที่มีศักยภาพจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่เพียงแต่ผล ทางเศรษฐกิจ แต่ยังครอบคลุมถึงผลทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนด้วย

ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายของความยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา : Solène (2011)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการศึกษาที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่ามีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตกผลึกจากประสบการณ์ของ Raymond (2007) ที่กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน จะมุ่งเน้นไปที่ความรู้สึกที่แท้จริงต่อวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการมีประสบการณ์ที่เป็นกันเอง รวมถึงการฝึกปฏิบัติและอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในประสบการณ์การท่องเที่ยวเหล่านั้น

2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทโลก

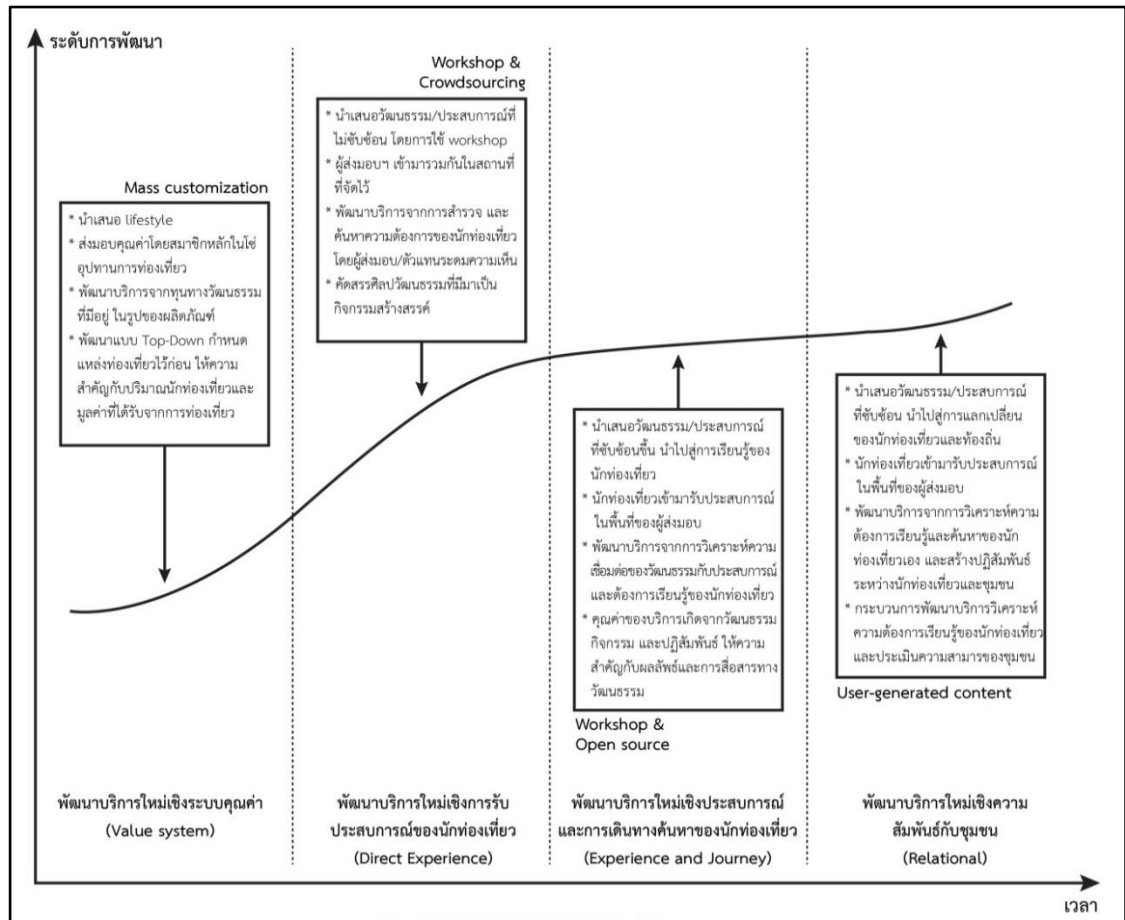
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถูกนำไปปรับใช้ในเมืองท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น Proto Alegre, (Brazil), Ibiza, Sant Feliu de Guixols and Barcelona (Spain) Biot Provence and Paris (France), Saint-Jean-Port-Joli (Quebec), Loulé (Portugal) New Mexico – Santa Fe' (America), Buenos Aires (Argentina), Nelson (New Zealand), Sydney (Australia),

Manchester (England) รวมถึงหลายเมืองในประเทศไทยด้วย (creativetourismnetwork.org, ออนไลน์; Richards, 2013) โดยจากการรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้เครือข่าย Creative Tourism Network พบว่าเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ในการนำทรัพยากรที่เป็นศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต มาเป็นกิจกรรมขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ ร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในเมืองท่องเที่ยวนั้น

อย่างไรก็ตามพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เหล่านี้มีความแตกต่างกันในระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างสังเกตเห็นได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมืองบูร์โนสไอเรส ประเทศอาร์เจนตินา ใช้การเดินแทงโก้เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม (Anzaldi, 2012) หากแต่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมได้เพียงการเดินแทงโก้ตามรูปแบบที่ถูกจัดไว้ให้ ควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ของบูร์โนสไอเรส ซึ่งนักท่องเที่ยวมีระดับการมีส่วนร่วมเช่นเดียวกับการเดินเที่ยวซานเมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย ที่นักท่องเที่ยวสามารถพูดคุยและลองทำกิจกรรมบางอย่างของผู้คนในพื้นที่ตามเส้นทาง การท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ให้แล้ว (gosouthoftheborder, ออนไลน์) ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมืองซานตาเฟ สหรัฐอเมริกา ใช้ศิลปะทุกแขนง (santafecreativetourism.org., ออนไลน์) และเมืองบาเซโลน่า ประเทศสเปน ใช้ศิลปวัฒนธรรมของเมือง(barcelonacreativa.info, ออนไลน์) เป็นกิจกรรมขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเกือบทุกพื้นที่ และให้นักท่องเที่ยวร่วมรับประสบการณ์ทางศิลปะ และวัฒนธรรมของเมืองผ่านกิจกรรมเวิร์กชอปที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและผู้สร้างสรรค์ท้องถิ่นเข้าด้วย ทั้งนี้เวิร์กชอปต่างๆ ถูกพัฒนาร่วมกันจากเครือข่ายระดับชุมชนและหน่วยงาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำเช่นเดียวกับท้องถิ่น แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างเนื้อหา กำหนดกิจกรรมใหม่ๆ ในระหว่างการร่วมรับประสบการณ์ขณะที่ท่องเที่ยว

ทั้งนี้ภูมิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557) ได้สังเกตความแตกต่างของระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละเมือง และกล่าวสรุปว่าระดับการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันนั้นเกิดจากระดับการพัฒนาที่แตกต่างกันของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละเมืองตามกรอบ Maturity Model ดังแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งแบ่งระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ระดับ ที่แปรผันตรงกับเวลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอธิบายว่ายิ่งระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้นเท่าไร ระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มีกับชุมชนยิ่งมากขึ้นเท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพที่ 2 ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา : ปรับปรุงจาก วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557)

a) ระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงระบบคุณค่า (Value System) เป็นระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับแรก มีระดับการมีส่วนร่วมแบบ Mass Customization หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั่วไปจากสมาชิกหลักของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ตามนโยบายแบบบนลงล่าง (Top - Down) ซึ่งรูปแบบการบริการได้มาจากการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความเจาะจงมากขึ้น แต่บริการเหล่านั้นยังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ด้วย

b) พัฒนารูปแบบบริการใหม่เชิงการรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Direct Experience) ซึ่งนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแบบ Workshop & Crowdsourcing หรือนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมหรือการดำเนินงานระหว่างผู้ส่งมอบและนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อป งานกิจกรรม หรือการแข่งขันที่จัดขึ้นภายใต้เงื่อนไขและขอบเขตที่ผู้ส่งมอบประสบการณ์กำหนดไว้ในพื้นที่ที่จัดจำลองไว้เท่านั้น

c) พัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว (Experience and Journey) โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแบบ Workshop & Open source หรือ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ผ่านกิจกรรมเวิร์กชอปในสถานที่จริง และการเปิดช่องทางอิสระให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือร่วมในการพัฒนาบริการการท่องเที่ยว เช่น Website, Creative hub, Creative Space เป็นต้น

d) พัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) มีระดับการมีส่วนร่วมแบบ User-generated content ซึ่งเป็นระดับการพัฒนาที่นักท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมาก ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และประสบการณ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน นักท่องเที่ยวจึงมีส่วนในการเลือกและสร้างเนื้อหาในระหว่างรับประสบการณ์การท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ บทบาทในการมีส่วนร่วมในประสบการณ์อันแท้จริงของนักท่องเที่ยว จากการลงมือทำเช่นเดียวกับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ศักยภาพและความสร้างสรรค์ในการมีส่วนร่วมนั้น กอปรกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบโจทย์ของความยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมาก ในการกำหนดเนื้อหาของประสบการณ์การท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับ Relational ตามกรอบ Maturity Model โดย วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557) จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวได้มากที่สุด

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนามากจนเป็นไปตามนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว จะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่กิจกรรม เลือกให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดเนื้อหาของกิจกรรมด้วยตนเองในสถานที่ซึ่งเกิดกิจกรรมนั้นๆ โดยไม่จำเป็นว่าสถานที่นั้นจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่เดิมแล้วหรือไม่ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ ด้วย

2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยถูกกล่าวถึงอย่างเป็นทางการครั้งแรก ในช่วงปลายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 โดย อพท. เป็นหน่วยงานแรกที่น่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจัดให้มีโครงการต้นแบบและเผยแพร่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์ creativetourism.com ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ก็เริ่มมีการนำร่องในกิจกรรมส่งเสริม

และสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) มีการกล่าวถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน (ยุทธศาสตร์ที่ 4) เช่นเดียวกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559 ที่กล่าวถึงการสนับสนุนให้เกิดโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 6

2.1.5.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของ อพท.

อพท. เป็นหน่วยงานแรกของประเทศไทยที่ขับเคลื่อนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยม และในรูปแบบความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.], ม.ป.ป.)

ที่ผ่านมา อพท. ได้ทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งรับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ในเว็บไซต์ creativetourism.com โดยมีรายละเอียดของกิจกรรมและแหล่งรับประสบการณ์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แหล่งเสริมประสบการณ์ตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย อพท.

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
เกาะช้าง – เกาะกูด ตราด	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ชีวิตใกล้ชิดธรรมชาติในกระท่อมไม้ริมทะเลที่หาดท่าหน้า - ตกปลา ชมพระอาทิตย์ตก ชมหิ่งห้อย ที่แหลมไชยเชษฐา หาดคลองพร้าว - เยี่ยมชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ผ่านแผ่นหินจารึกพระปรมาภิไธยของรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 ณ น้ำตกธารมะยม - ศึกษาวิถีชีวิตชาวประมง เดินป่า พายเรือคายัก และนั่งเรือมาด (เรือท้องถิ่น) ณ บ้านสลักคอก <p>นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวเกาะช้าง 4 เส้นทางคือ</p>

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	<ul style="list-style-type: none"> - เส้นทางเลี้ยวปลา ท้าคลื่น ตื่นตาตื่นใจ ฟ้าใสเกาะช้าง : เป็นเส้นทางชมปะการังที่เกาะกระ เกาะลัง เกาะลอม แล้วกลับมารับประทานอาหารทะเลที่เกาะช้าง และตื่นมาชมพระอาทิตย์ขึ้น เดินทางไปยังน้ำตกธารมะยม และชมวิถีชีวิตชาวประมง - ดำน้ำดูปะการัง 4 เกาะ : เส้นทางท่องเที่ยวชมปะการัง 4 เกาะใหญ่ คือ เกาะรัง เกาะยักษ์ใหญ่ เกาะยักษ์เล็ก และเกาะหวาย - ผ่อนคลายไปกับธรรมชาติที่เกาะช้าง : เริ่มต้นสักการะศาลเจ้าพ่อเกาะช้าง ชมวิวที่หาดทรายขาว เดินป่าสัมผัสธรรมชาติที่น้ำตกคลองพุง พายเรือแคนู หาดคลองพร้าว ดำน้ำชมปะการังที่เกาะหยวก และเกาะสุวรรณ - ท่องธรรมชาติเกาะช้าง จ.ตราด 3 วัน 2 คืน : เริ่มต้นแรกด้วยการสักการะศาลเจ้าพ่อเกาะช้าง ไปยังอ่าวสลักเพชร ลงเรือมาชมป่าโกงกาง และหิ่งห้อย วันที่สองเป็นการชมปะการังตามเกาะ และเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวประมงบ้านบางเป้า และจบด้วยการเก็บบรรยากาศของเกาะช้างในวันที่สาม
เชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - เยี่ยมชมและเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทย และกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในประเทศไทยจากการแต่งกายของตุ๊กตา ณ พิพิธภัณฑ์ตุ๊กตา - เยี่ยมชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของชาวล้านนา และสี่ส้นของเมืองเชียงใหม่ บนถนนนิมมานเหมินท์ - เยี่ยมชมและเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นเมือง และชาวเขา โดยเฉพาะการรับประทานอาหารแบบขันโตก ชมการแสดงฟ้อนรำพื้นเมือง ณ ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ <p>นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวเชียงใหม่ 4 เส้นทางคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - แอ่วเชียงใหม่ ไหว้พระเสริมสิริมงคล : เส้นทางไหว้พระนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองเชียงใหม่ ตั้งแต่พระธาตุดอยสุเทพ วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง วัดเชียงใหม่ วัดโลกโมฬี และวัดเจ็ดยอด - ตะลุยกินถิ่นล้านนา 3 วัน 9 มื้อ : เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองบริเวณถนนสุเทพ กาดต้นพะยอม ท่าแพร หน้าและหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และถนนนิมมานเหมินท์

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	<ul style="list-style-type: none"> - บ้านดอยปู่ : เส้นทางท่องเที่ยวชมดอกไม้ เรียนรู้วิถีชีวิต การละเล่นของชาวเขาเผ่าม้ง โดยมีคัคเทศก์ตัวน้อย พร้อมถ่ายรูปในชุดม้ง - ไปเชียงใหม่ 3 วัน 2 คืน : การเดินทางวันที่ 1 เริ่มต้นที่วัดพระธาตุจอมทอง ดอยอินทนนท์ และพระธาตุดอยคำ ก่อนจะเริ่มต้นการเดินทางในวันที่ 2 ที่วัดพระธาตุดอยสุเทพ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ ดอยปู่ สวนสัตว์เชียงใหม่ รับประทานข้าวซอยฟ้าฮ่าม และปิดท้ายวันที่ 3 ด้วยการซื้อของฝากที่ตลาดวโรรส
<p>พัทยา และพื้นที่เชื่อมโยง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ชมปะการัง พายเรือคายัก เรือสกี สกู๊ตเตอร์ ร่วมกิจกรรมผจญภัยทางน้ำอื่นๆ และรับประทานอาหารทะเลที่เกาะล้าน - ชี่ซ่าง เดินป่า ล่องแพชมธรรมชาติ และชมการแสดงช้าง ณ หมู่บ้านช้างพัทยา - เรียนรู้ธรรมชาติและพรรณไม้หลากหลายชนิดที่รวบรวมไว้ ณ สวนนงนุช นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวพัทยา อีก 3 เส้นทางคือ - วันเดียวก็เที่ยวได้ที่เกาะสีชัง : นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ และศาลเจ้าแม่กวนอิม ตกปลาบริเวณช่องเขาขาด สะพานวชิราวุธ แวะชมพระจุฑาธุชราชฐาน พระราชวังบนเกาะ และถ่ายรูปที่สะพานอัษฎางค์ และชมธรรมชาติที่หาดถ้ำพัง - เล่นน้ำที่เกาะล้านกันเถอะ : เที่ยวชมวิวและเล่นน้ำทะเลที่หาดต่างๆ บนเกาะล้าน รับประทานอาหารทะเล และตื่นมาชมพระอาทิตย์ขึ้น ก่อนออกไปชมปะการังที่เกาะสาก - เที่ยวพัทยา 1 วันแบบไม่เปียก : เริ่มต้นด้วยการไหว้พระพุทธรูปแกะสลักที่เขาศิวร์ชัย กิจกรรมชมไร่และผจญภัยที่ไร่องุ่น silver lake และเดินทางไปศึกษาพรรณไม้ที่สวนนงนุช ซื้อของฝากตลาดหนองมน และจบการเดินทางที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียว
<p>อัมพวา สมุทรสงคราม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เยี่ยมชมและเรียนรู้ศิลปวัตถุ บ้านเรือนไทย และความเป็นอยู่ของชาวไทยสมัยรัชกาลที่ 2 ณ อุทยานพระบรมราชานุสรณ์ (อุทยาน ร. 2) - เรียนรู้ประวัติศาสตร์และพันธุ์แมวไทย รวมถึงความรู้เกี่ยวกับแมวและการเลี้ยงแมว ณ บ้านแมวไทย

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	<ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้วิถีชีวิตริมน้ำสมัยโบราณของไทย และนั่งเรือชมทิวทัศน์ ตลาดน้ำอัมพวา - เรียนรู้เชิงนิเวศ ปลูกป่าชายเลน งามหอยแครงอาชีพท้องถิ่น กระจ่างไม้ใฝ่กลางน้ำ และถักกระดานการละเล่นท้องถิ่น ที่บ้านคลองโค่น <p>นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวอัมพวาไว้ 3 เส้นทาง คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - อัมพวาวันเดียวเที่ยวหมด : เริ่มต้นเส้นทางท่องเที่ยวที่ดอนหอยหลอดให้นักท่องเที่ยวได้หยอดหอยหลอดด้วยตัวเอง แวะชิมและเรียนรู้การทำขนมไทยที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมัยโบราณ ก่อนไปไหว้พระที่วัดอัมพวันเจติยาราม และจบการเดินทางที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา - วันครั้งกับวิถีป่าชายเลน ณ บ้านคลองโค่น : ศึกษาและล่องเรือชมป่าชายเลน ชมวิถีชีวิตและการละเล่นของชาวบ้าน งามหอยนางรม ชมทิวทัศน์ยามค่ำคืน ใสบาดรทางน้ำตอนเช้า และชมการเผาถ่านไม้โกงกาง - เที่ยวหลังเลิกงาน 1 คืน 1 วัน มั่นสัณ อัมพวา : เริ่มต้นการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำยามเย็น ชมทิวทัศน์ ทานอาหารทะเลสด ตื่นเช้าใสบาดรทางน้ำ แวะเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น อุทยาน ร. 2 วัดจุฬามณี สวนผลไม้
น่าน	<ul style="list-style-type: none"> - เที่ยวชมนาข้าวขั้นบันได และนิทรรศการโครงการปิดทองหลังพระ รวมถึงการตั้งเต็นท์กลางธรรมชาติ บริเวณพื้นที่โครงการปิดทองหลังพระ บ้านขุนน่าน - เยี่ยมชมและเรียนรู้สถาปัตยกรรมไทยล้านนา จิตรกรรมฝาผนัง การแต่งกายด้วยผ้าชิ้นลายน้ำไหล ณ วัดหนองบัว - สัมผัสวิถีชีวิต และชมหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวไทยภูเขา 3 เผ่า ณ หมู่บ้านพัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาปากกลาง <p>นอกจากนี้ อพท. ได้แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวน่านไว้ 3 เส้นทาง คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 คืนกางเต็นท์นอนชมดาวที่อุทยานแห่งชาติศรีน่าน : เส้นทางการท่องเที่ยวใกล้ขีดธรรมชาติ เดินป่า กางเต็นท์พักแรมบนดอยเสมอดาว - ณ ตัวเมื่อน่าน 2 วัน 1 คืน : เริ่มต้นเส้นทางที่วัดภูยาควัด สักการะปูชนียสถานเจดีย์จามเทวี ชมวิวเมื่อน่านที่วัดพระธาตุเขาน้อย สักการะพระธาตุ

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	<p>แช่แห้ง ชมนวนอุทยานถ้ำผาตูบ ถ้ำพระ และถ้ำบ่อน้ำทิพย์ จากนั้นเริ่มต้นการเดินทางวันที่สอง ด้วยการศึกษาระวัติศาสตร์ ศิลปะ และโบราณคดีที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่านหรือหอคำ เยี่ยมชมจิตรกรรมฝาผนังแสดงชาดกพื้นบ้านที่วัดภูมินทร์ และปิดท้ายด้วยการเยี่ยมชมวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร</p> <p>- ท่องเมืองน่าน 3 วัน 2 คืน : เริ่มต้นด้วยการทานอาหารที่ตลาดเช้า สัมผัสวิถีชีวิตชาวน่าน แล้วเยี่ยมชมวัดภูมินทร์ งามช้างค้ำ คุ้มเจ้าราชบุตร ศาลหลักเมือง โครงการตัวอย่างด้านเกษตรพอเพียงและหมู่บ้านน่านอยู่ที่บ้านโป่งคำ เรียนรู้ศิลปะภาพเขียนไทยลือวิหารวัดหนองบัว ต่อด้วยการนั่งสามล้อย้อนยุคชมเมืองในช่วงเย็น แล้วจึงเดินทางไปแม่จริม สักการะพระธาตุแช่แห้ง ฝงญักยล่องแก่ง กลับเข้าเมืองน่านชมจุดแข่งเรือ และชมวิวเมืองมุมสูงที่วัดพระธาตุเขาน้อย</p>
เกาะเกร็ด นนทบุรี	<p>- เรียนรู้วิถีชีวิตและทำขนมไทย บริเวณคลองขนมหวาน</p> <p>- ชมศิลปวัฒนธรรมสมัยอยุธยาตอนปลาย และจิตรกรรมฝาผนังแบบไทยประยุกต์ ณ วัดปรมัยยิกาวาส</p> <p>- ชมการสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้ายที่หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา (บ้านกวานอามาน-หมู่บ้านช่างปั้น)</p> <p>โดย อพท. ได้แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด 3 เส้นทาง คือ</p> <p>- ทัวร์วันเดียว เที่ยวเมืองนนท์ เกาะเกร็ด : เริ่มต้นที่ท่าน้ำวัดปรมัยยิกาวาส แล้วล่องเรือไปตามแม่น้ำอ้อมเกร็ด เพื่อชมสวนผลไม้ และแปลงปลูกผักปลอดสารพิษ แวะที่คลองขนมหวาน ล่องเรือต่อเพื่อชมการสร้างบ้านแบบมอญ (บ้านมอญขวาง) และกลับขึ้นเรือไปชมพิพิธภัณฑเครื่องปั้นดินเผา มอญโบราณที่หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา และแวะซื้อของฝาก รับประทานอาหารมอญโบราณ</p> <p>- ล่องเรือไปเกาะเกร็ด : ลงเรือออกจากท่าช้าง แวะชมพิพิธภัณฑอยู่เรือราชพิธี วัดศรีสุदारาม วัดบางอ้อยช้าง และตลาดบางคูเวียง เริ่มออกเดินทางต่อไปยังเกาะเกร็ด ชมบรรยากาศหมู่บ้านมอญ วัดปรมัยยิกาวาส ศูนย์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จากนั้นนั่งเรือไปคลองขนมหวาน خاکลับ</p>

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	<p>แวะชมอุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ครึ่งวันที่เกาะเกร็ด : นั่งเรือข้ามฟากมายังท่าหน้าวัดปรมัยยิกาวาส จากนั้น ล่องเรือชมวัดและชุมชนมอญรอบๆ เกาะเกร็ด ปิดท้ายด้วยการแวะชม สานิตการทำขนมไทยที่คลองขนมหวาน
เลย	<ul style="list-style-type: none"> - ล่องเรือชมวิวที่แก่งคุดคู้ - ชมและเรียนรู้วิถีชีวิตเรียบง่าย และธรรมชาติ ที่เชียงคาน - ผจญภัย ไกลขีดธรรมชาติ ทางเดินที่พักร่มที่ภูกระดึง <p>ทั้งนี้ อพท. ได้เสนอเส้นทางท่องเที่ยวเลยไว้ 5 เส้นทาง คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creative Culture - Creative Nature (ดอกฝ้ายหม่นหนาว(ผ่านนม) ธรรมะ(ต้นผึ้ง)หม่นใจ) เส้นทางนำร่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย เริ่มต้นการเดินทางด้วยกิจกรรมชมทัศนียภาพแม่น้ำโขง และการบอกเล่า ที่มาของ 7 ประเทศบนวิถีเดียวกันแห่งลุ่มน้ำโขง เรียนรู้และทดลองทำผ้า หม่นนมฝ้าย การทำต้นผึ้ง และนำต้นผึ้งไปถวายที่พระธาตุศรีสองรักตาม วิถีท้องถิ่น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ผีตาโขน ฟังบรรยายโดย อ.อภิชาติ ศิลปินผี ตาโขน และพักแบบโฮมสเตย์เรียนรู้วิถีชาวเลย - ทริปต้นไม้ สบายสามลม ชมสวนหิน : เที่ยวชมและเรียนรู้ธรรมชาติที่สวน หินผางาม และสวนดอกไม้ลุ่มจตุมิ - วันมหัศจรรย์ที่อุทยานแห่งชาติภูเรือ : ปีนเขา ทางเดินที่พักร่ม สัมผัส ความหนาวเย็นที่ภูเรือ - บ้านเทใจสไตล์เชียงคาน 3 วัน 2 คืน : เริ่มเส้นทางด้วยจักรยานชมเมือง ชมความงดงามของวัดวาอาราม ไร่บาตรข้าวเหนียว ชมวิถีชีวิตชุมชนและ งานหัตถกรรม (สานิตการทำผ้า) ชมบรรยากาศรับประทานอาหาร พื้นที่เมือง เดินเล่นชายโขง ถนนคนเดิน ชมพระอาทิตย์ตกที่ภูทอก เยี่ยมชม พระพุทธรูปทศกัณฐ์ และชมการร่อนทองคำที่แก่งฟ้า - 3 วัน 2 คืนที่ภูกระดึง : ปีนเขา ผจญภัย ทางเดินที่พักร่ม ชมความงาม ของธรรมชาติ ณ ภูกระดึง

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
สุโขทัย	<ul style="list-style-type: none"> - เยี่ยมชม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของไทยสมัยอยุธยา ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย - เยี่ยมชม ศึกษาใกล้ขีดธรรมชาติ ณ อุทยานแห่งชาติศรีสัชชาลัย - ศึกษาประวัติความเป็นมา เยี่ยมชมและเรียนรู้โบราณวัตถุ เอกสารวิชาการ ตลอดจนวิวัฒนาการเครื่องถ้วยสมัยโบราณ ณ ศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก (เตาทูเรียม) <p>นอกจากนี้ อพท. ได้เสนอเส้นทางการท่องเที่ยวสุโขทัยไว้ 4 เส้นทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creative Kingdom - Creative City (จากดินถึงดวงดาว) : เส้นทางนำร่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เริ่มต้นด้วยการเยี่ยมชม เรียนรู้ และทดลองทำทองศรีสัชชาลัย ผ้าหมักโคลน ข้าวเป็็บ พักโฮมสเตย์เรียนรู้วิถีชีวิต เยี่ยมชมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ที่ศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก (เตาทูเรียม บ้านเกาะน้อย) และพิพิธภัณฑสถานสุวรรณนายก เรียนรู้วิธีการและทดลองทำสังคโลก พระพิมพ์ดินเผานครชุม รวมถึงการดูดาวและสนทนา Creative kingdom - Creative City “จากดินถึงดวงดาว” ในเขตอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย กับนิพัทธ์พร เพ็งแก้ว ผู้เขียน “ที่บ้านดูดาว” - ลอยกระทง เมาเทียนเล่นไฟ : เริ่มต้นด้วยการนมัสการพระพุทธชินราชที่จังหวัดพิษณุโลก แล้วจึงเดินทางสู่จังหวัดสุโขทัย เพื่อเที่ยวชมงานลอยกระทง เมาเทียนเล่นไฟ ภาคกลางวัน และชมการแสดงเรื่องราวประวัติศาสตร์บอกเล่าเรื่องราวราชธานีสุโขทัย การละเล่นไฟต่างๆ การประกวดนางนพมาศ และร่วมลอยกระทงในเวลาากลางคืน และเยี่ยมชมเรียนรู้เมืองเก่ามรดกโลกในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยในเช้าวันต่อมา ก่อนจะแวะซื้อของฝากและรับประทานก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย - บุคศรีสัชชาลัยภายใน 2 วัน : เริ่มต้นวันแรกศึกษาประวัติศาสตร์กับศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก สำนวความงามของโบราณสถานและโบราณวัตถุที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชาลัย และวันที่สองเป็นการท่องเที่ยวเยี่ยมชมเรียนรู้ธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติศรีสัชชาลัย (ป่าคา) และแวะชมย่านการทำทองศรีสัชชาลัย

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์ (กิจกรรมสร้างสรรค์)
	- ตามรอยประวัติศาสตร์ตัวเมืองสุโขทัย: เส้นทางการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยทั้งกลางวันและกลางคืน ต่อด้วยกิจกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดสำคัญต่างๆ แวะชม พิพิธภัณฑสถานสุโขทัย และสักการะศาลพระแม่ย่า

ที่มา : รวบรวมจาก creativetourism.com และ dasta.or.th/creativetourism

2.1.5.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยอ้างอิงตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งนี้ในการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว นั้น กระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีการดำเนินงานจากหลายนโยบาย โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนที่กระทรวงการท่องเที่ยวฯ ให้การสนับสนุนเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวฯ ได้จัดทำโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นที่รู้จักในสังคมไทย โดยเลือกทำกิจกรรมกับกลุ่มนิสิต นักศึกษา ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในประเทศ คัดเลือกพื้นที่และออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเข้าประกวดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยนำเอาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม หรือธรรมชาติ มาใช้ในการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ เหมาะสมกับพื้นที่ที่เลือก และเป็นกิจกรรมตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ มีลักษณะของการเรียนรู้และการอนุรักษ์อัตลักษณ์นั้นๆ ทั้งนี้ผลงานและพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกมาจากทุกภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 โครงการ ซึ่งจะเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กระทรวงการท่องเที่ยวฯ ทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ต่อไป

ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 8 แห่งตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ทำการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนอย่างเป็นทางการแล้วในเว็บไซต์ thaicreativetourism.com มีรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

พื้นที่/ชุมชน	กิจกรรมสร้างสรรค์
โครงการพัฒนาเกษตรที่สูง บ้านสะจุสะเกี้ยง น่าน	นาข้าวขั้นบันได โครงการปิดทองหลังพระ - เทียวชมนาข้าวขั้นบันได ชมวิวแอ่งฟูจิ - กางเต็นท์ท่ามกลางธรรมชาติ
บ้านนาต้นจั่น สุโขทัย	ผ้าหมักโคลน - เรียนรู้ภูมิปัญญาการทำผ้าหมักโคลน - ลิ้มรสก๋วยเตี๋ยวพระร่วง หรือข้าวเป็็บ
บ้านท่าสว่าง สุรินทร์	ผ้าไหม - เยี่ยมชม และสัมผัสภูมิปัญญาการทอผ้าไหมน้อยย้อนมสืบวัฒนธรรมชาติ
บ้านท่าเรือ นครพนม	แคน - เยี่ยมชมการผลิตและสัมผัสสมนต์เสน่ห์เสียงแคน
บ้านคลองโคน สมุทรสงคราม	ป่าชายเลน - ชมทัศนียภาพ และปลูกป่าชายเลน - เล่นเรือลู่ทะเลโคลน ถีบกระดานเลน ไต่บันไดขึ้นกระตังไม้ไผ่ - ให้อาหารลิงแสม งามหอยแครง
ตำบลบางตะบูน เพชรบุรี	วิถีชีวิตชาวเล - ล่องเรือชมธรรมชาติ - สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง ทำคอกและเก็บหอยแครง ชมกระตัง
บ้านปะเสยะวอ ปัตตานี	เรือกอลและ - ชมฝีมือการต่อเรือ และการเขียนศิลปะลวดลายบนเรือกอลและ ของชาวปะเสยะวอ
ตำบลเกาะยอ สงขลา	ผ้าเกาะยอ - เรียนรู้วิถีชีวิตชาวเกาะยอ - เรียนรู้วิธีการทอผ้าพื้นเมือง ผ้าทอเกาะยอ

ที่มา : รวบรวมจาก thaicreativetourism.com

2.1.5.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การดำเนินงานของ ททท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่น่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้อย่างเป็นทางการในประเทศไทย โดยกล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเรียนรู้จากการไปท่องเที่ยวในสถานที่หรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่สืบทอดต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน หรือภูมิปัญญาชาวบ้านที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตอย่างลงตัว ซึ่งนอกจากจะเรียนรู้วัฒนธรรมในแต่ละชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการเข้าไปสัมผัสและได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการลงมือทำ จนเกิดความเชื่อมโยง (Connect) ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คนที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น อีกทั้งยังเกิดเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดในรูปแบบของตัวเองได้

ททท. ส่งเสริมโครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่ต้องการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหัวใจหลัก (วิไลวรรณ ทวีศรี, สัมภาษณ์, 2556 อ้างถึงในเดลินิวส์, 2556) โดยคัดเลือกชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดของประเทศไทยจำนวน 20 ชุมชน จาก 60 ชุมชนที่ส่งโครงการเข้าประกวด ร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์คู่ขนานที่ให้เยาวชนรุ่นใหม่ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและนำมาออกแบบเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การตลาด ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 20 ชุมชน ในรูปแบบหนังสือนำเที่ยว (Guidebook) วิดีทัศน์ แผ่นพับ เพื่อแนะนำกิจกรรมและการเดินทางไปยังชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 20 ชุมชน และ ททท. จะเข้าไปช่วยพัฒนาชุมชนนำร่องให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเต็มรูปแบบ (ภัทรพร สิทธิวนิช, สัมภาษณ์ อ้างถึงในกรุงเทพธุรกิจ, 2556)

นอกจากการคัดเลือกชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดของประเทศไทยในปี 2556/2557 แล้ว ปัจจุบัน ททท. ยังมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ และทำงานร่วมกันกับกระทรวงการท่องเที่ยวฯ เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวกำลังให้ความสนใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติในตลาดอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น กำลังให้ความสนใจ

ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จาก 20 ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดของประเทศไทยของการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีรายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 20 ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุด โดย ททท.

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์
กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมบ้านเชียง อุดรธานี	ผจญภัยเรียนรู้อารยธรรมบ้านเชียง - ตักบาตรข้าวเหนียว - ชมการทอผ้าฝ้ายและย้อมคราม - เรียนรู้และทดลองปั้นหม้อและเขียนสีสไลด์บ้านเชียง
ชุมชนคุ้มโฮมเหนือ วัดฟ้าหยาด ยโสธร	มหัศจรรย์มาลัยข้าวตอก - ชมและทดลองทำมาลัยข้าวตอก - ชมการเพาะเลี้ยงจักจั่นแบบครบวงจร
ชุมชนบ้านโพน กาฬสินธุ์	ราชินีแห่งผ้าไหม - ชมและเรียนรู้การทอผ้าไหมแพรวา - ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวผู้ไทย
ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง บ้านบางเสด็จ อ่างทอง	วัฒนธรรมไทยในตุ๊กตา - เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิต - เรียนรู้และลงมือทำตุ๊กตาชาววัง
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลองโฮมสเตย์ สมุทรสงคราม	เกี่ยวน้ำตาลริมคลอง - เรียนรู้และทดลองทำน้ำตาลมะพร้าว - เรียนรู้และทดลองทำขนมไทยพื้นบ้าน - เรียนรู้และทดลองสานใบมะพร้าว - ล่องเรือชมหิ่งห้อย
กลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ ดอนไก่ดี สมุทรสาคร	ศิลปะบนเซรามิกส์ - เรียนรู้และทดลองขึ้นรูปถ้วยชาม และการแต้มสีเครื่องเบญจรงค์ - ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนอ่าวมหาชัย - ชมพระกลางน้ำ unseen สมุทรสาคร
กลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านนาต้นจั่น สุโขทัย	ผ้าฝ้ายนุ่มจากโคลน - เรียนรู้และลงมือทำผ้าฝ้ายหมักโคลน - ชมการทำตุ๊กตาบาร์โตน หัตถกรรมดอกไม้ - ชิมข้าวเป็ป สูตรต้นตำรับ

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์
<p>ศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาไทยไร้คุณมน กาญจนบุรี</p>	<p>ห้องเรียนรัฐพีช</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ชีวิตแบบชาวไร่ - ชมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร - ทดลองทำลูกประคบงาดำ - ทดลองทำไอศกรีมน้ำนมข้าวโพด - ชมการทำกล้วยอบสุญญากาศ
<p>ศูนย์เรียนรู้ชุมชน บ้านสันกอง เชียงราย</p>	<p>เรียนรู้การปักผ้าชาวม้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้ ทดลอง และฝึกฝนการปักผ้าตามวัฒนธรรมของชาวม้ง - ชมวิถีชีวิตริมคันทนา - ชมการแกะสลักและการค้าหยกที่ชายแดนไทย-พม่า - ออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายภูมิปัญญาชาวบ้าน
<p>กลุ่มชาเจียวกุหลาน เชียงราย</p>	<p>จิบชารักสุขภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้จักและชมการปลูกเจียวกุหลาน - เรียนรู้กระบวนการการผลิตใบชาเจียวกุหลาน - ชมวิถีชีวิตชนเผ่าลัวะ จีน ไทยใหญ่ ลาหู่ และอาข่า
<p>โรงเรียนบ้านหอมสมุนไพร เชียงใหม่</p>	<p>เทคนิคสุขภาพดีด้วยสมุนไพร</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้สรรพคุณสมุนไพร - เรียนรู้และทดลองทำลูกประคบ และการนวดประคบ - เรียนการทำกายบริหาร ฤาษีดัดตน
<p>ไทยอิลแลแฟนท์โฮม เชียงใหม่</p>	<p>ซาฟารีชี้ช้าง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝึกฝนการเป็นควาญช้าง อาบน้ำช้าง - ทำสปาโคลน
<p>ศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาพื้นบ้านชนเผ่าม้ง บ้านแม่สาใหม่ เชียงใหม่</p>	<p>การเขียนลายผ้าภูมิปัญญาชาวม้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชมวิถีชีวิตชนเผ่าม้ง - เรียนรู้วิธีการเก็บต้นกล้วยขง - ชมการแสดงช้างและลิง - เรียนรู้และลงมือทำอุปกรณ์ และการเขียนลายผ้าด้วยตนเอง

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์
อุโมงค์โฮมสเตย์ ลำพูน	การสานเสื่อสาตแห้ง - ไหว้พระธาตุหริภุญชัย - เรียนรู้และทดลองสานสาตแห้ง
กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตร ศุภนิมิตชะอวด นครศรีธรรมราช	สานกระจูดให้สนุก - นั่งเรือชมนก ชมปลา และวิถีชีวิตชุมชน - เรียนรู้การหาปลาไหล และการหาปลาโดยไม่ต้องใช้เหยื่อล่อ - นั่งเรือเก็บต้นกระจูด - เรียนรู้และทดลองทำกระจูดให้เป็นของใช้
กลุ่มหัตถศิลป์แกะภาพหนัง เมืองลุง พัทลุง	คนเล่นเงา - เรียนรู้และทดลองทำหนังตะลุง - จัดแสดงการเล่นหนังตะลุงเรื่องพิเศษด้วยตนเอง
กลุ่มผลิตเรือหัวโพงจำลอง ชุมชนบ้านเกาะกลาง กระบี่	เรือจำลองวิถีอันดามัน - ชมและเรียนรู้วิถีชีวิตชาวเล - ชมการทำผ้าปาเต๊ะ - ชมการปลูกข้าวสังข์หยดไร้สารพิษ - เรียนรู้ และทดลองผลิตเรือหัวโพงจำลอง
แหลมสิงห์โบ๊ทเฮาส์โฮมสเตย์ จันทบุรี	วิถีลูกน้ำเค็ม - เรียนรู้ทะเล การดูน้ำขึ้นน้ำลง และการใช้ชีวิตในท้องทะเล - เรียนรู้การจับปลา และปลาหมึก - ชมป่าชายเลน ลิงแสม และนกชายเลน
กลุ่มท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว ตราด	แพชั้นห่มวกใบจาก - ล่องเรือชมวิถีชีวิต แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชาวบ้าน - ชมหอยปากเปิด - ปลูกป่าชายเลน - เรียนรู้และทดลองทำห่มวกใบจาก
กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลห้วยแร้ง ตราด	ทำสบู่จากมังคุดสามน้ำ - ล่องเรือชมระบบนิเวศและวิถีริมคลอง - เรียนรู้และทดลองทำสบู่จากเปลือกมังคุด - เรียนรู้และชมการทำน้ำมันมะพร้าวกลั่นเย็น

พื้นที่/ชุมชน	แหล่งเสริมประสบการณ์
	<ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้และชมการทำข้าวห่อกาบหมาก - ร่วมประกอบอาหารพื้นบ้าน

ที่มา : รวบรวมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557)

2.2 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนามาจากการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ขนิษฐา พอนอ่วม และ สาทิศ สุขผ่องศรี, 2543) ทั้งนี้ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาหรือ Earth Summit ที่ประเทศบราซิล ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่สร้างความเสียหายให้กับสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะในแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ หรือตั้งอยู่ในเมืองหรือชนบท (อ้างถึงใน จงรัชต์ กิจวนา, 2554) ในขณะที่ UNWTO และโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP, 2002) ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ผลในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยว ชุมชนและสิ่งแวดล้อมในสถานที่ปลายทางได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (World Tourism Organization [UNWTO], n.d.) นอกจากนี้ UNESCO ก็ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่เคารพต่อผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ในเชิงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (UNESCO, n.d.)

นอกจากนี้องค์กร The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ซึ่งตั้งขึ้นเพื่อกำหนดมาตรฐานการประเมินสำหรับกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานการท่องเที่ยว และเครือข่ายวิชาการทั่วโลก ก็ได้กำหนดขอบเขตของมาตรฐานในการประเมินความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวไว้ 4 มิติคือ 1. การจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable management) 2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic impacts) 3. ผลกระทบทางวัฒนธรรม (Cultural impacts) และ 4. ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental impacts) (The Global Sustainable Tourism Council [GSTC], 2011)

สำหรับประเทศไทยนั้นราชบัณฑิตยสถาน (อ้างถึงใน วีระพล ทองมา และคณะ, 2554) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า เป็นการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในการตอบสนองความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติ และวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด

เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสำคัญที่การพัฒนาโดยคำนึงถึงขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการดำเนินการและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน (อ้างอิงใน จงรักษ์ กิจวนา, 2554)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังคงยึดโยงกับประเด็นด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ตามหลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพียงแต่มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการท่องเที่ยวที่ให้ผลทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

The EU Sustainable Development Strategy [SDS] (cited in Tourism Sustainability Group, 2007) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ต้องการวางรากฐานความยั่งยืนของการท่องเที่ยวภาคพื้นยุโรปใน 3 มิติ คือ

1) มิติด้านเศรษฐกิจ ซึ่งกล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวอย่างมีศักยภาพ และเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ ยุติธรรมทางด้านค่าตอบแทนและเงื่อนไขการทำงาน

2) มิติทางสังคมและการมีส่วนร่วม ซึ่งกล่าวถึง การยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยว โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการ และเพื่อให้แน่ใจว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความปลอดภัย และสามารถสร้างประสบการณ์ที่สร้างความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยวโดยไม่แบ่งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือรูปแบบอื่นใด

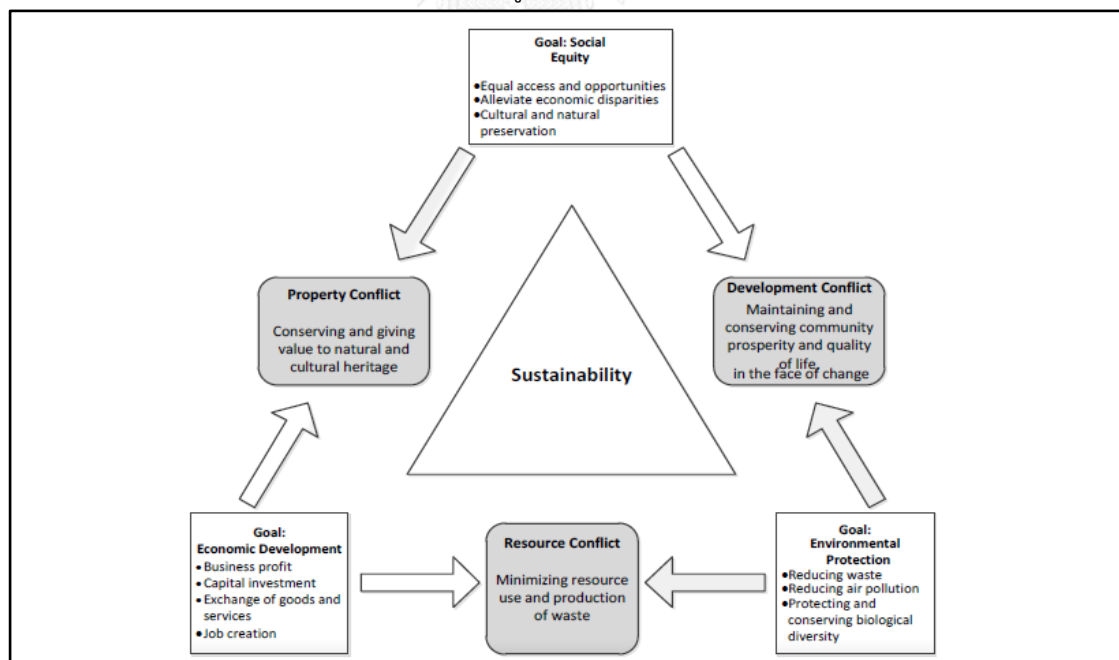
3) มิติด้านสิ่งแวดล้อมและการปกป้องทางวัฒนธรรม ซึ่งกล่าวถึงการลดมลภาวะและความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมในระดับท้องถิ่นและของโลก และวิธีการใช้ทรัพยากรที่ขาดแคลนในกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการรักษาและส่งเสริมความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยวิถีทางของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

ในขณะที่ World Tourism Organization [UNWTO] (n.d.) กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าควรประกอบด้วย 1) การใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยยังคงสามารถรักษากระบวนการทางนิเวศวิทยา และช่วย

อนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพไว้ได้ 2) การให้ความสำคัญกับความแท้จริง (Authenticity) ของวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์และวางแผนมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ค่านิยมดั้งเดิม และเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของชุมชน และ 3) การได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงเป็นธรรมในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงการจ้างงานที่มั่นคง และโอกาสในการสร้างรายได้ บริการทางสังคมเพื่อชุมชน และสามารถบรรเทาปัญหาความยากจน ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ Campbell (1996) (cited in Solène, 2011) ได้กล่าวถึงกรอบแนวคิดของความยั่งยืนในการท่องเที่ยวว่ามีเป้าหมายใน 3 ด้านคือ ความเสมอภาคทางสังคม (Social Equity) การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) การรักษาสีงแวดล้อม (Environmental Protection) อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนนั้น มีความขัดแย้งในการไปสู่เป้าหมายทั้ง 3 ด้านดังแสดงในภาพที่ 3 ในขณะที่ Korez-Vide (2013) กล่าวถึงเป้าประสงค์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNEP และ UNWTO ทั้ง 3 ด้าน (เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) ใน 12 มิติ ดังแสดงในภาพที่ 4

ภาพที่ 3 แสดงเป้าหมายและความขัดแย้งสู่เป้าหมายแต่ละด้านของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ที่มา: Campbell (1996) (cited in Solène, 2011)

ภาพที่ 4 มิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ที่มา: ปรับปรุงจาก Korez-Vide (2013)

2.2.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยนั้น ถูกกล่าวถึงมาไม่น้อยกว่า 20 ปี ทั้งนี้จุลสารการท่องเที่ยวปี 2538 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวและการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ที่ดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถ การมีส่วนร่วมของประชาชน ธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ที่ทำให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และต้องขึ้นนำภายใต้ความต้องการของประชาชน ท้องถิ่น และชุมชน

แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจนสร้างชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเริ่มพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2539 โดยอาศัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาหลวง และวัฒนธรรมของชุมชนศรีวัง เป็นทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวตามแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สถาบันวิถีใหม่ท้องถิ่น, ม.ป.ป.) จนได้รับความสนใจจากนักวิชาการในหลายประเทศ และได้รับการยอมรับให้เป็นชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2541 อย่างไรก็ตามในช่วงปี 2550 พบว่ามีตัวบ่งชี้หลายด้านที่แสดงให้เห็นว่าชุมชนศรีวังกำลังถดถอย จากผลของระบบทุนนิยม การเข้ามาของกลุ่มทุน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจนเกินพอดี รวมถึงความเสื่อมโทรมของ

ทรัพยากรธรรมชาติ (อาคม เดชทองคำ, สัมภาษณ์, ม.ป.ป. อ้างถึงในรัชตวดี จิตดี, 2550) ทำให้ชุมชนศิวิลถูกตั้งข้อสังเกตถึงความยั่งยืนที่แท้จริง

นอกจากนี้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้โดยหลายหน่วยงานในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในปัจจุบัน เช่น โครงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนอันดามันเหนือ (เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนอันดามันเหนือ, ม.ป.ป.) โครงการท่องเที่ยววิถีชีวิตสู่ความยั่งยืน โครงการเที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน ฯลฯ ซึ่งโครงการเหล่านี้ส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุน หรือมีความร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวระดับชาติ ได้แก่ อพท. ททท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์กรใดองค์กรหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งองค์กร ทั้งนี้ อพท. เป็นเสมือนหน่วยงานกลางในการประสานงานภาคีเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการเชิงพื้นที่ โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาซึ่งรับผิดชอบในด้านการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเชิงนโยบาย เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งจะทำหน้าที่หลักในเรื่องของการทำการตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (นาฬิกอดิภัค แสงสนิท, 2556)

2.3 การท่องเที่ยวทางเลือก

การเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ได้สร้างผลกระทบเชิงลบต่อสังคมวัฒนธรรมชุมชน และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทำให้การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) พัฒนาขึ้นในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มากกว่าชายหาด ทะเล หรือการเที่ยวชมเมือง (sun and beach or city sightseeing) แต่เป็นการท่องเที่ยวที่นำเสนอความตื่นตัวและประสบการณ์ให้กับผู้มาเยือนได้ชื่นชมธรรมชาติ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Ecotourisminamerica, n.d.) หรือหมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับคุณค่าทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Procházková, 2012) หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่มีต่อคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน (Eadington และ Smith, 1992) ทั้งนี้มีการศึกษาที่พบว่า การท่องเที่ยวทางเลือกเป็นการท่องเที่ยวที่จะช่วยลดปัญหาของการท่องเที่ยว และสร้างคามยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว (Dumbraveanu, 2004; Ecotourisminamerica; Procházková, 2012; Vagionis, n.d.)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวทางเลือก ได้แตกย่อยออกเป็นการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต (Rural Tourism) เป็นต้น

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.3.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism มาจากการผสมคำว่า นิเวศวิทยา (Ecology) และการท่องเที่ยว (Tourism) หรือในบางครั้งก็มีการใช้ภาษาอังกฤษคำอื่นในเรียกการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น Natural Tourism หรือ Green Tourism โดย Héctor Ceballos-Lascuráin (1983) (cited in ecotourisminamerica.com) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครั้งแรกไว้ว่า หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่ได้เดินทางไปถึง หรือสำรวจไปยังพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อชื่นชม ศึกษา และเพลิดเพลินไปกับทิวทัศน์ พืช ป่า และสัตว์ หรือแง่มุมทางวัฒนธรรมที่พบในพื้นที่ โดยมีกระบวนการส่งเสริม อนุรักษ์ และป้องกันให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมหรือวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด

Boo E. (1991) (อ้างถึงในปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแถบลาตินอเมริกาและหมู่เกาะคาริเบียน ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ เนื่องจาก การท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ในการนำมาดูแลพื้นที่ สร้างงาน และสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนหรือท้องถิ่น

The International Ecotourism Society [TIES] (1991) (cited in UNEP, 2002) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่ทางธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และเกิดความยั่งยืนต่อผู้คนและชุมชนท้องถิ่น

World Conservation Union [IUCN] (1996) (cited in UNEP, 2002) ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวเข้าไปเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและชื่นชมธรรมชาติ (อาจหมายรวมถึงคุณลักษณะทางวัฒนธรรมด้วย) โดยให้เกิดการรบกวนธรรมชาติน้อยที่สุด สร้างผลกระทบทางลบให้น้อยที่สุด แต่สามารถสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสังคม (Socio-Economic) ให้กับประชากรในท้องถิ่น

ในขณะที่ UNEP (2002) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนธรรมชาติ เป็นไปเพื่อการศึกษา การชื่นชมทัศนียภาพ พืช และสัตว์ตามธรรมชาติ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมเหล่านั้น ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องสร้างประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่นในการจะนำไปพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าหมายถึง การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ หรือมีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยอาศัยการเรียนรู้ทางสิ่งแวดล้อมจากการจัดการสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดสำนึกที่มีต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551)

2.3.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นอกจากการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว UNEP (2002) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีส่วนในการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ
2. เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน
3. เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเรียนรู้
4. ต้องตอบสนองต่อลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. เป็นการท่องเที่ยวขนาดเล็กโดยธุรกิจขนาดเล็ก
6. เป็นการท่องเที่ยวที่พึ่งพาการบริโภคพลังงานต่ำ
7. เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยความร่วมมือของภาคธุรกิจและคนในชุมชน

De Silva (1996) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ในการประชุมวิชาการ Living Lakes ไว้ 2 องค์ประกอบคือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติ และวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานในการกำหนดกิจกรรม และสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว
2. เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงองค์ประกอบของความยั่งยืน โดยยึดถือเป็นกฎเกณฑ์ที่สะท้อนให้เกิดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ในขณะที่ Ecological Tourism in Europe (2005) ได้อ้างถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ 4 องค์ประกอบ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องสร้างผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและความสมบูรณ์เชิงนิเวศของพื้นที่
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องมาจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนในทุกขั้นตอน
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และสร้างส่วนได้ทางธรรมชาติจากการอนุรักษ์
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และตระหนักโดยสาธารณะถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

สถาบันการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ได้ให้ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่าต้องประกอบด้วยหลักการพื้นฐาน 5 อย่างคือ (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ฐานทางธรรมชาติ (Nature-Based Tourism)
2. เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างให้ระบบนิเวศมีความยั่งยืน (Ecological Sustainable Tourism)
3. เป็นการท่องเที่ยวที่ได้ศึกษาสิ่งแวดล้อม (Environmentally Educative Tourism)
4. เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน (Locally Beneficial Tourism)
5. เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ม.ป.ป.) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้คล้ายคลึงกับนักวิชาการ หรือหน่วยงานการท่องเที่ยวข้างต้น 4 องค์ประกอบ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและมีคุณค่าในพื้นที่
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการจัดการอย่างยั่งยืน ไม่มีหรือมีในระดับต่ำของผลกระทบทางลบให้กับสิ่งแวดล้อม

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม เพื่อสะสมความรู้ สร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้ตระหนักและมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ ต่อนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการ

4. เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างและกระจายรายได้ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น

ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ 4 ประการคือ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ม.ป.ป.)

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ โดยเป็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศของพื้นที่

2. องค์ประกอบด้านการจัดการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องเป็นการจัดการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นการจัดการที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนที่ต้องครอบคลุมถึงการอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องเป็นกิจกรรมที่มีการเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ และสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความร่วมมือร่วมที่เกิดจากชุมชน คนในท้องถิ่น ในการจัดการท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวขึ้น

2.3.1.3 รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในหลายประเทศในอเมริกาและอเมริกาใต้ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศเหล่านี้มีอยู่เฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเท่านั้น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมเดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ส่องสัตว์ ดูนก เทียวลำนํ้าตก และลำธาร กิจกรรมถ่ายภาพบันทึกเทปธรรมชาติ รวมถึงกิจกรรมผจญภัยต่างๆ ในสถานที่อันเป็นธรรมชาติ (สมชัย เบญจชัย, 2549) ในขณะที่ ecotourisminamerica.com ได้กล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอเมริกา อันได้แก่ การส่องสัตว์ การสังเกตพืชพรรณ การสำรวจซากฟอสซิล การขึ้นชมดินฟ้าอากาศ การชมดอกไม้ การปีนเขา และการถ่ายภาพสัตว์ เป็นต้น

นอกจากนี้โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2546) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกเป็น 11 ประเภท ได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ การส่องสัตว์/ดูนก การสำรวจถ้ำ/น้ำตก การปีนเขา/ไต่เขา การล่องแก่ง การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ การพายเรือแคนู/เรือคายัก การขี่ม้า/นั่งช้าง การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศ การกางเต็นท์นอนพักแรม และการดำน้ำในทะเล

กลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2556) ได้สรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ในแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง) ว่าประกอบด้วยกิจกรรมหลัก อันได้แก่ การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การถ่ายภาพ บันทึกเทปวิดีโอ เทปเสียงธรรมชาติ การส่อง/ดูนก การศึกษา/เที่ยวถ้ำ การศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ การล่องเรือศึกษาธรรมชาติ การพายเรือแคนู/คายัก การดำน้ำชมปะการังน้ำตื้นและการดำน้ำลึก และกิจกรรมเสริม อันได้แก่ การชมทิวทัศน์ธรรมชาติ การขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ การปีน/ไต่เขา การพักแรมด้วยเต็นท์ การร่อนเครื่องร่อนขนาดเล็ก การล่องแพยาง/แพไม้ไผ่ การปิกนิก การเที่ยวน้ำตก การเล่นวินด์เซิร์ฟ

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือบางครั้งคนไทยใช้คำว่า Conservation Tourism นั้นพบว่ามีความเข้าใจใน 2 ทาง โดยทางหนึ่งพบว่าที่มาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในต่างประเทศมีความหมายเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ Ecotourism แต่เมื่อนำเข้ามาใช้เป็นภาษาไทยก็มีการใช้คำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้าง การท่องเที่ยวสีเขียวบ้าง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติบ้าง (ชรินทร์พรพรณ อະສິຕິรัຕັນ, 2553; นภลัย มีลา และ ฉกาจ ราชบุรี, 2552; ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551; สฤกษ์ แสงอรัญญา) อย่างไรก็ตามท้ายที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ให้ใช้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (สมชัย เบญจขย, 2549)

ในอีกแนวทางหนึ่งกลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2556) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ว่าหมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม โดยหมายรวมถึงการท่องเที่ยวทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural-based tourism) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural-based tourism) ที่อาศัยการจัดการที่ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ ทั้งนี้โดยความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.3.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism หรือ Agritourism) เป็น การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทางการเกษตร (agricultural farms) ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้หมายรวมถึง กิจกรรมการเรียนรู้วิถีเชิงเกษตร การพำนักอาศัยภายใต้ บรรยากาศของพื้นที่ทางการเกษตร อย่างไรก็ตามขอบเขตหรือความหมายของการท่องเที่ยว เชิงเกษตรอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ (Zoto, Qirici และ Polena, 2013)

ทั้งนี้ (The German Organization for Technical Cooperation [GTZ], n.d.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่ใช้วัฒนธรรมของชนบทเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวจะอ้างอิงกับ ความเป็นธรรมชาติเชิงวิถีเกษตร และการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้และการพัฒนาให้กับท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังสามารถก่อให้เกิดความยั่งยืนของพื้นที่และความหลากหลายทาง ชีวภาพจากการอนุรักษ์ อย่างไรก็ตามการอนุรักษ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความตระหนักถึง ความสำคัญและคุณค่าของวิถีเกษตรกรรมนั้น

ในขณะที่ Barbieri และ Mshenga (2008) ใช้คำว่า Agritourism เพื่อ อธิบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวจากการปรับตัวและพัฒนาการของพื้นที่เกษตร เพื่อเปิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือน หรือกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือรูปแบบ การท่องเที่ยวชนบท ซึ่งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่อยู่อาศัยคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ หรือกิจกรรมทางการเกษตร (Marques, 2006) ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว เชิงเกษตรมักเกิดขึ้นในพื้นที่นอกเขตเมือง (Lakovidou, 1997) และเป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มเล็ก โดยอาศัยความร่วมมือของผู้คนในพื้นที่ชนบทซึ่งอยู่ในภาคเกษตรกรรม (Kizos และ Losifides, 2007)

ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง (ม.ป.ป.) ได้มีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นกับการเรียนรู้วิถีแห่งเกษตรกรรมของชาวชนบท เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไป ยังพื้นที่เกษตรกรรม ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ควบคู่กับการ อนุรักษ์

ในขณะที่ ดร.รชนี เอมพันธ์ (2554) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เน้นการนำเกษตรกรรม ผลผลิตทางการเกษตร และสิ่งแวดล้อมในชนบท ซึ่งเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมแห่งเกษตร มาใช้เป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวซึ่งนำมาซึ่งความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

2.3.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เริ่มต้นจากความต้องการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร และการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมชนบท ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาศัยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางการเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งไม่ใช่เพียงกระบวนการผลิตสินค้าเกษตร และหากรวมถึงสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมแบบเกษตรกรรม การเรียนรู้ อาหาร ภูมิประเทศ เป็นต้น (Zoto, Qirici และ Polena, 2013)

ดร.รชนี เอมพันธ์ (2554) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีหลักการจัดการเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบอื่น ที่อาศัยหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นพื้นฐานสำคัญ แต่องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมุ่งเน้นที่กระบวนการ กิจกรรม ภูมิปัญญา เทคโนโลยี และผลผลิตทางการเกษตร และสิ่งแวดล้อมอันเป็นชนบท ให้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง (ม.ป.ป.) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการเกษตร และการดำรงชีวิตแบบเกษตร ในพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสถานที่เกษตรกรรมนั้น

2.3.3.3 รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Phillip, Hunter และ Blackstock (2010) แบ่งรูปการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. Non-working farm agritourism ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีกิจกรรมในพื้นที่เกษตร นอกจากการพักอาศัยในพื้นที่ซึ่งไม่ได้เป็นของพื้นที่เกษตร แต่แวดล้อมด้วยพื้นที่เกษตรเท่านั้น

2. Working farm, passive contact agritourism เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวเข้าไปพักอาศัยในบ้าน หรือที่พักซึ่งเป็นของเกษตรกรและตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรม

3. Working farm, indirect contact agritourism เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวเข้าไปพักอาศัยในบ้าน หรือที่พักซึ่งเป็นของเกษตรกรและตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรม และผลผลิตทางการเกษตรของพื้นที่เกษตรกรรมนั้น ถูกนำมาเป็นอาหารบริการนักท่องเที่ยวด้วย

4. Working farm, direct contact, staged agritourism เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นักท่องเที่ยวจะได้ชมการสาธิตการทำเกษตรในพื้นที่เกษตรกรรมนั้น

5. Working farm, direct contact, authentic agritourism เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเกษตรของพื้นที่เกษตรกรรมนั้น

ในขณะที่ ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง (ม.ป.ป.) แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวแบบกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวชื่นชมสวนของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จเป็นรายบุคคล เพื่อเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการการตลาด รวมถึงการซื้อหาผลผลิตทางการเกษตรต่างๆ ที่เกษตรกรจัดขึ้น

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือเทศกาล ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะช่วง โดยการจัดเป็นนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าทางการเกษตร หรือชมการสาธิตเทคโนโลยีทางการเกษตรได้เท่าที่มีการจัดแสดงให้ชมเท่านั้น

3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรร่วมกันจัดตั้ง และจัดการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ หรือเยี่ยมชมพื้นที่ทางการเกษตรนั้น

ทั้งนี้กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร การเก็บเกี่ยวเลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตร การอบรมเรียนรู้ การพักผ่อนในพื้นที่เกษตรเพื่อสัมผัสชีวิตของชนบทเกษตร เป็นต้น

นอกจากนี้ ดร.รชนี เอมพันธุ์ (2554) ยังกล่าวเพิ่มเติมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตรของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตร เช่น กิจกรรมการเลี้ยงหรือให้อาหารสัตว์ การเก็บผลไม้ การพักค้างในบ้านชาวบ้าน การรับประทานอาหารพื้นถิ่น
2. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไม่มีส่วนร่วม หรือมีส่วนร่วมน้อย คือกิจกรรมการชมกิจกรรมและพื้นที่ทางการเกษตร

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.3.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือก ที่ใช้การวัฒนธรรมและความสร้างสรรค์เป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันและความดึงดูดน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นได้ทั้งวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และวัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2009)

ในขณะที่ ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความรู้และภูมิปัญญาที่สั่งสมและสืบทอดกันมาภายใต้บริบทและเงื่อนไขของชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ ซึ่งรวมถึงการให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์และพัฒนาการของชุมชน ทั้งนี้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้จะเป็นกลไกในการสร้างความเข้มแข็ง ความภาคภูมิใจ และจิตสำนึกร่วมให้กับชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็น

นอกจากนี้ในคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความรุ่งเรืองของสภาพแวดล้อม และการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละยุคสมัย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ความเป็นมา ความเชื่อ ความคิด ความนิยมที่ถ่ายทอดจากอดีตสู่ปัจจุบัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาผ่านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและมองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวเนื่องกันอย่างไร

ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ของสิ่งต่างๆ ในโลก หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ที่มีคุณลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นการเรียนรู้เรื่องราวการพัฒนาทางสังคม และการพัฒนาของผู้คนผ่านประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ หรือคุณค่าของสังคม ที่แสดงออกผ่านสิ่งต่างๆ ทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็นซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมและผู้คนในแต่ละยุคสมัย (ชวลิต ตั้งสมบุญกิตติ, 2554)

2.3.4.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย (ชวลิต ตั้งสมบุญกิตติ, 2554) โดย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 9 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักของการอนุรักษ์ทรัพยากรของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สืบต่อไปถึงคนรุ่นต่อไป
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีการจัดการที่มุ่งไปสู่ความยั่งยืน โดยไม่ให้เกิดหรือสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ยึดหลักที่ให้อิทธิพลชีวิตของท้องถิ่นในด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรม
4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้ได้รับความรู้ ประสบการณ์ และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และได้รับผลประโยชน์จากการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน
6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ยึดหลักให้ธุรกิจท่องเที่ยวมุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะสร้างความพึงพอใจจากการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะมีการจำกัดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ในทุกด้าน และเน้นการดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยึดหลักในการป้องกัน และรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นสำคัญประเด็นหนึ่ง

ในขณะที่คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ม.ป.ป.) ได้พิจารณาองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 3 ด้านคือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องมีจุดดึงดูดหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ร่วมกับศักยภาพในทางกายภาพและจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
2. ความมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หรือองค์ประกอบต่างๆ ทั้งองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และปัจจัยแวดล้อมภายนอก ที่จะช่วยเสริมให้วัฒนธรรมมีความสำคัญและเหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยว
3. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องก่อให้เกิดความยั่งยืน เกิดการเรียนรู้และการสร้างจิตสำนึกต่อคุณค่าของวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้เกิดความมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และกระจายรายได้สู่ชุมชน

นอกจากนี้ปวีณา โทณแก้ว (2554) ได้สรุปประเด็นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า การกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านกายภาพ และความเปราะบางของวัฒนธรรม เพื่อเป็นการรักษาความสมดุลทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน สร้างผลกระทบเชิงลบต่อมรดกทางวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนน้อยที่สุด หรือเป็นการอาศัยการจัดการที่นำไปสู่ความยั่งยืน และให้ชุมชนมีบทบาทในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ตั้งแต่เริ่มต้น

2.3.5 การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน

2.3.5.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน ยังมีความไม่ชัดเจน มีความทับซ้อนกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชนถูกจัดให้เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้าง หรือเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบ้าง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ได้จัดให้การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยถือว่าวิถีชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต

หมายถึง การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน หรือพื้นที่ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ในขณะที่ Irshad (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตอาจมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบางชุมชน แต่การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตเป็นการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ (ethnic tourism) เป็นต้น ตามแต่แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชนในแต่ละสถานที่จึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน ในขณะที่ Antal (n.d.) (cited in Pakurar and Ohah, 2008) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่อาศัยการจัดการอุทยานและกิจกรรมการท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่ซับซ้อนในชนบท ซึ่งมีองค์ประกอบพิเศษในการต้อนรับและสร้างความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนจากกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นถึงวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และมรดกของชุมชน โดยกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชนนี้อาจมีหลายรูปแบบตามลักษณะชุมชน (Ministry of Tourism. Government of India, n.d.)

2.3.5.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน

จากการศึกษาพบว่าการศึกษาของ Irshad (2010) เป็นเพียงแหล่งอ้างอิงเดียวที่ได้อธิบายลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชนไว้ 4 องค์ประกอบ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ของชุมชน
2. ชุมชนมีหน้าที่ต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างขึ้นจากลักษณะเฉพาะของพื้นที่ กิจกรรมขนาดเล็ก พื้นที่สาธารณะ การเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ มรดก สังคมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน
3. ขนาดของชุมชน ซึ่งเป็นฉากของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน มักเป็นชุมชนที่มีขนาดเล็ก ซึ่งรวมถึงสิ่งก่อสร้างและที่อยู่อาศัยขนาดเล็กด้วย
4. ชุมชนมีความดั้งเดิม เดิมโตช้า และมีความเชื่อมโยงกับครัวเรือนซึ่งอยู่ภายในชุมชน

2.3.5.3 รูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน

ดังที่กล่าวไปแล้วว่ารูปแบบ/กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามลักษณะ วิถีชีวิต และกิจกรรมของชุมชนนั้นๆ ดังนั้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ชุมชน จึงมีทั้งกิจกรรมตามรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ตามวิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ (Irshad, 2010)

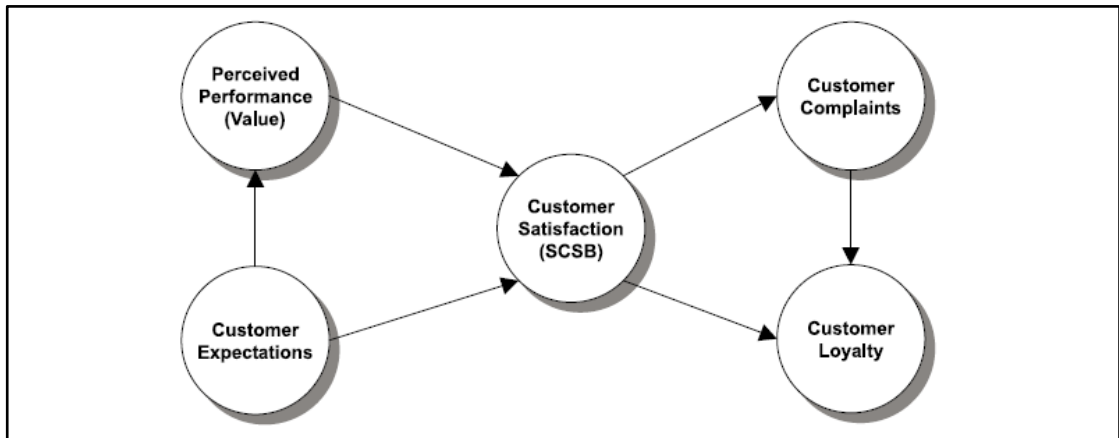
2.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เนื่องจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง (Authenticity) กอปรกับมิติทางด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Aksu, İcigen และ Ehtiyar, 2010; Alegre และ Garau, 2010; Jadhav และ More, 2010; Kozark และ Rimmington, 2000) ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับการพัฒนาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่การศึกษาวิจัยต้องให้ความสำคัญกับมิติของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้ทำการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างเจาะจงมีอยู่อย่างจำกัด สอดคล้องกับการศึกษาของ Foster (1999) ที่ระบุว่าการศึกษาที่เจาะจงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอยู่อย่างจำกัด แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาจากหลักการความพึงพอใจของลูกค้าทั่วไป (Customer Satisfaction) โดยไม่เจาะจงรายอุตสาหกรรมหรือรายธุรกิจ ทั้งนี้จากตัวแบบ Swedish Customer Satisfaction Barometer (SCSB) (ภาพที่ 5) ซึ่งถือเป็นดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อและบริโภคสินค้าและบริการภายในประเทศสวีเดนแรกตั้งแต่ปี 2532 (Fornell, 1992 cited in Johnson et al., 2001) แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าว่ามาจาก 2 ส่วนคือความคาดหวัง (Customer Expectations) และสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริง (Perceived Performance)

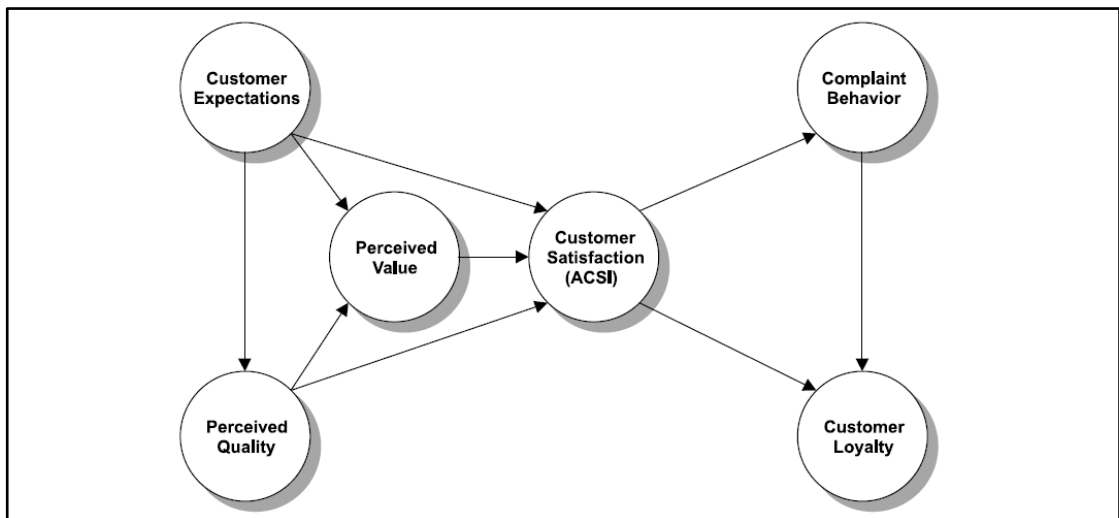
ภาพที่ 5 The original SCSB (Swedish Customer Satisfaction Barometer) model



ที่มา: Fornell (1992) (cited in Johnson et al., 2001)

ในขณะที่ตัวแบบ American Customer Satisfaction Index (ACSI) ซึ่งถูกพัฒนาต่อจาก SCSB ในปี 2537 (Fornell, Johnson, Anderson, Cha และ Bryant, 1996 cited in Johnson et al., 2001) ได้เพิ่มเติมประเด็นคุณภาพของการรับรู้ของลูกค้าเข้ามาในตัวแบบ และมีความสัมพันธ์ดังแสดงในภาพที่ 6 อย่างไรก็ตามตัวแบบดัชนีชี้วัดความพึงพอใจข้างต้นมีทั้งข้อดีและข้อด้อย และถูกพัฒนาโดยเพิ่มเติมปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องตามการนำไปใช้และสิ่งที่ต้องการวัดความพึงพอใจในแต่ละครั้ง ทั้งนี้ Oliver (1981) (cited in Aksu, İcigen, and Ehtiyar, 2010) ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจไว้ว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ลูกค้าตั้งเอาไว้ก่อนที่จะได้รับบริการหรือสินค้า และลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสิ่งที่ได้รับตอบสนองต่อความคาดหวังที่ตั้งไว้

ภาพที่ 6 The ACSI (American Customer Satisfaction Index) model



ที่มา: Fornell, Johnson, Anderson, Cha และ Bryant (1996) (cited in Johnson et al., 2001)

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ส่วนใหญ่ได้นำแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้มาใช้ พบว่า Foster (1999) เสนอให้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ประสบกับธุรกรรมหรือกิจกรรมต่างๆ จนกระทั่งมาถึงจุดหมายปลายทาง โดยใช้ ACSI Model เป็นพื้นฐานในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Biodun, Din และ Abdullateef (2013) ยังได้ทำวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคาดหวัง คุณภาพการรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไนจีเรียในประเทศมาเลเซีย ตามกรอบของ ACSI Model โดยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไนจีเรียในมาเลเซียเกิดขึ้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวมีการคาดหวัง และมีการได้รับข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะข่าวสารจากการบอกต่อ (World of Mouth) และเสนอให้องค์กรการท่องเที่ยวทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะกำหนดมาตรฐานหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในขณะที่ Alegre และ Garau (2010) ได้แสดงให้เห็นว่านอกจากการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแล้ว มีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากความไม่พึงพอใจส่งต่อการมาเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้สรุปเพิ่มเติมว่าความไม่พึงพอใจไม่ใช่สิ่งที่ตรงกันข้ามกับความพึงพอใจเสมอไป

2.4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

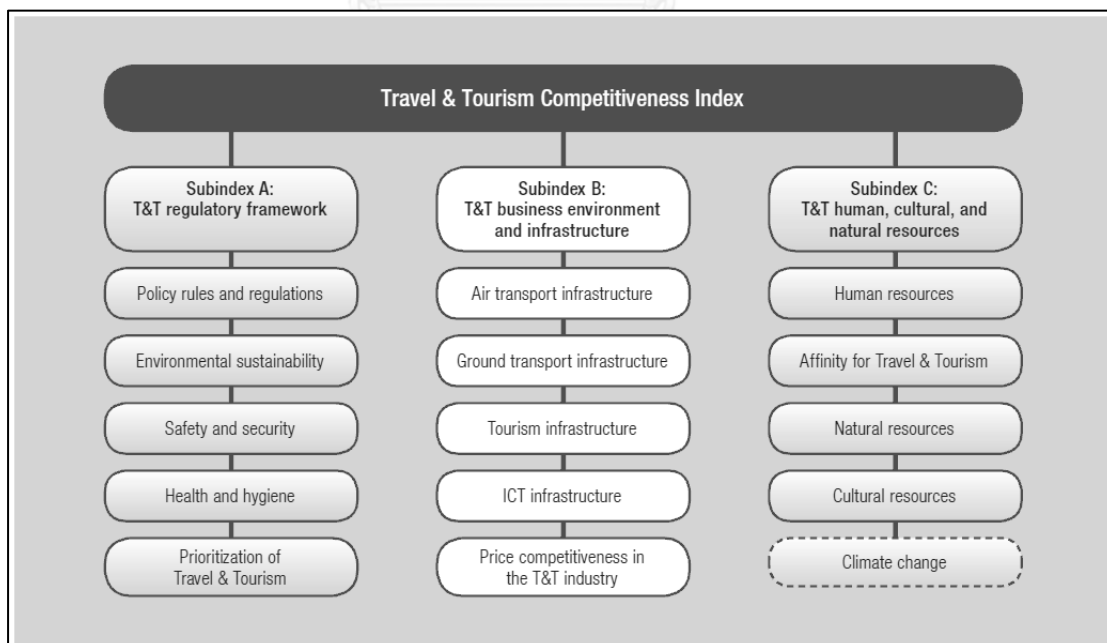
Aksu, İçigen และ Ehtiyar (2010) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความคาดหวัง (Expectation) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จและมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง ต้องสามารถสร้างทั้งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นในระดับสูง และสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ซึ่งคล้ายคลึงกับ Jadhav และ More (2010) ซึ่งกล่าวว่านักท่องเที่ยวต้องได้รับการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังในระดับที่พวกเขาพอใจ หากไม่เป็นเช่นนั้นนักท่องเที่ยวก็จะไม่กลับมาท่องเที่ยวกับผู้ที่ให้บริการการท่องเที่ยวรายนั้นอีก ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงการศึกษาเพื่อสำรวจผลการดำเนินงานหรือระดับความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว และการตัดสินใจกลับไปเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (Alegre และ Garau, 2010) และ Kozark และ Rimmington (2000) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อ

ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาวอย่างน้อยก็ในประเด็นของความยั่งยืนทางรายได้หรือเศรษฐกิจ

2.4.3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การระบุปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางไปยังประเทศปลายทางหนึ่งๆ นั้น World Economic Forum ได้กำหนดดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ทั่วโลกในทุกปี โดยกำหนดปัจจัย 14 ด้าน คือ นโยบายและกฎระเบียบ (Policy Rules and Regulations) ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ความปลอดภัย (Safety and Security) สุขอนามัย (Health and Hygiene) การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Prioritization of Travel & Tourism) การคมนาคมขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure) การคมนาคมขนส่งทางบก (Ground Transport Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (ICT Infrastructure) ความได้เปรียบด้านราคา (Price Competitiveness) บุคลากร (Human Resources) อัธยาศัยไมตรี (Affinity for Travel & Tourism) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Resources) และทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resources) (World Economic Forum [WEF], 2013) ดังแสดงในภาพที่ 7

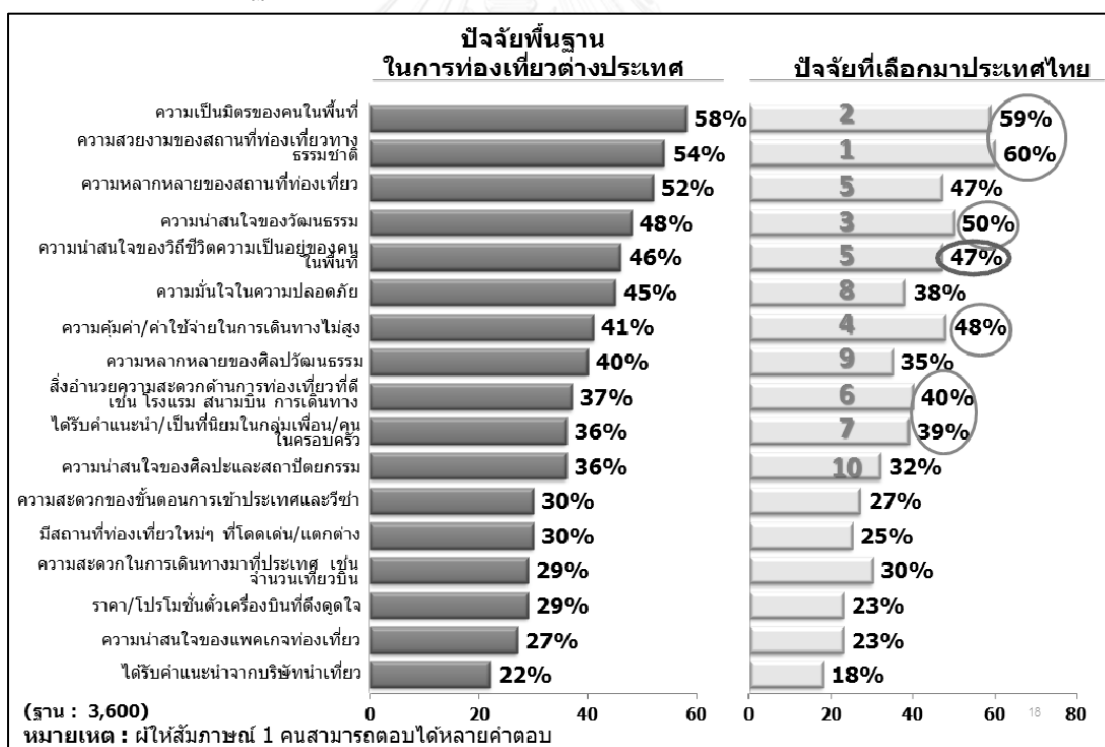
ภาพที่ 7 ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของ WEF



ที่มา: World Economic Forum [WEF] (2013)

ในขณะที่ประเทศไทยเอง ก็ได้มีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่นเดียวกัน โดยการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดใหม่ของ ททท. จากปัจจัย 10 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้พิจารณาในการเลือกเดินทางมาประเทศไทยซึ่งได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ ความน่าสนใจของวัฒนธรรม ความคุ้มค่าในการเดินทาง ความน่าสนใจของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ความนิยมในกลุ่มเพื่อนหรือคนในครอบครัว ความมั่นใจในความปลอดภัย ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม และความน่าสนใจของศิลปะและสถาปัตยกรรม ดังแสดงการจัดอันดับในภาพที่ 8 นอกจากนี้ได้มีการศึกษาเพิ่มเติมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 5 ปัจจัย คือ ความน่าสนใจของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว บริการต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวอีกด้วย

ภาพที่ 8 ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเดินทางมาประเทศไทย



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554)

2.5 ภาพรวมนโยบายการท่องเที่ยว และการดำเนินงานของหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.5.1 นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย

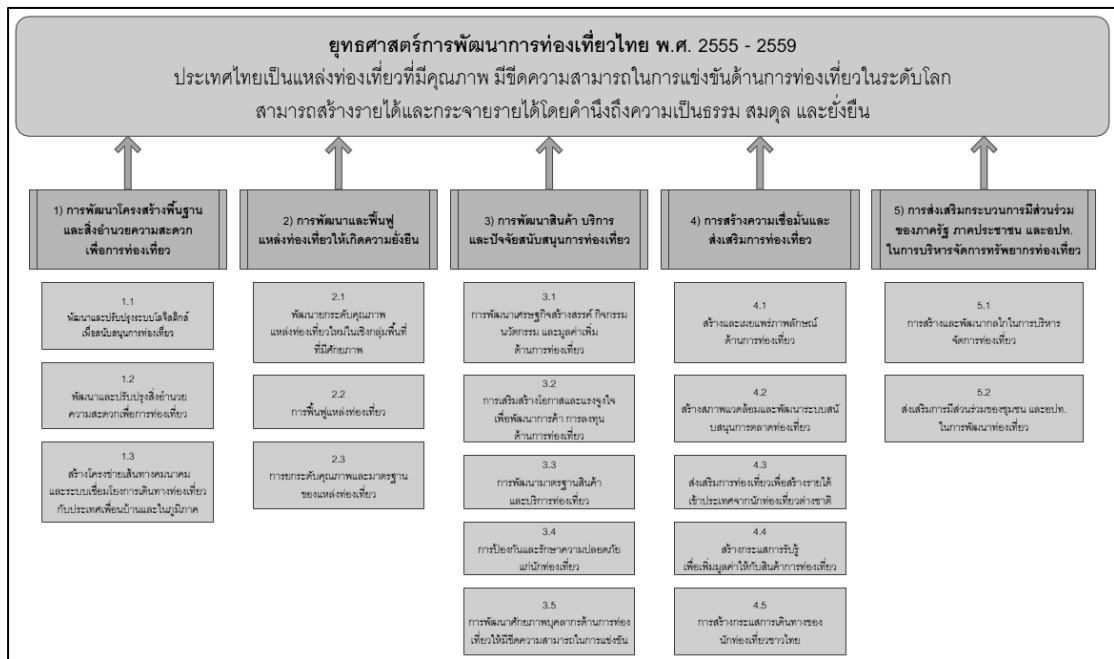
ในด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น เริ่มต้นจากการพิจารณาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งเปรียบเสมือนแผนแม่บทของนโยบายทุกด้านของประเทศไทย โดยจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาภาคบริการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 “การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” ซึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์ 6 ประเด็นหลักคือ

- 1) การปรับโครงสร้างภาคบริการเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์
- 2) การขยายตลาดของภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ
- 3) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการลงทุนในภาคบริการทั้งในประเทศ และดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในภาคบริการ
- 4) พัฒนาและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- 5) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน
- 6) เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ

นอกจากนี้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 เพื่อให้เป็นแผนงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 5 ด้าน คือ

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ภาพที่ 9 ภาพรวมแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)

ในขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การดำเนินงานกระทรวงฯ พ.ศ. 2555 - 2559 ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 6 ด้าน โดยมี 3 ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

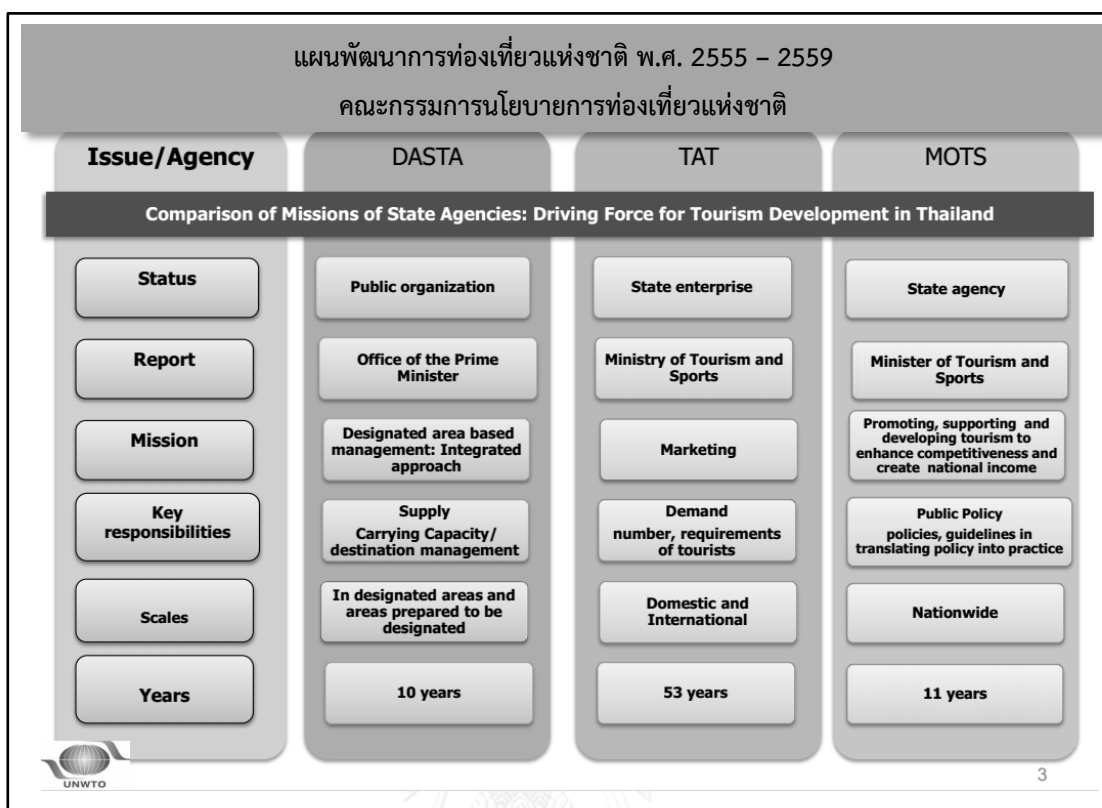
นอกจากแนวนโยบายข้างต้นแล้ว ททท. ยังได้กำหนดแผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทุกปี โดยจากแผนปฏิบัติการที่เผยแพร่ล่าสุดในปี 2556 แสดงให้เห็นถึงยุทธศาสตร์การดำเนินงานของ ททท. ในปี 2555 - 2559 4 ด้านหลักคือ

- 1) การเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ด้วยการเน้นย้ำแบรนด์ Amazing Thailand ให้เข้มแข็ง การมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ที่มีคุณภาพ และการชู Thainess-Thai Touch นำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยหลากหลายมิติ
- 2) การส่งเสริมการตลาด โดยบุกตลาดแบบ Dual Track การสร้างเครือข่ายและประสานความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตร และเสริมสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- 3) การส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
- 4) การบริหารจัดการองค์กร โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งเสริมความเป็นมืออาชีพการตลาดแก่บุคลากร และบริหารวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ

2.5.2 การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากนโยบายด้านการท่องเที่ยวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายองค์กร ทั้งนี้มีความพยายามในการอธิบายถึงบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีบทบาทหน้าที่ในเชิงนโยบาย โดยกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 ให้เป็นเสมือนแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานที่นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 ไปกำหนดแผนการปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยวในระดับปฏิบัติการ นอกจากนี้ในด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังมีหน่วยงานมหาชนที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยเฉพาะคือ องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ทั้งนี้ (นาฬิกาอดีต สแดงสนิต, 2556) ได้แสดงให้เห็นบทบาทหน้าที่การทำงานของ อพท. ททท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ไว้ในภาพที่ 10

ภาพที่ 10 การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย



ที่มา: ปรับปรุงจาก นาฬิกอดิภัค แสงสนิท (2556)

2.6 การท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา

2.6.1 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ชุมชนอัมพวาที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย หรือคือพื้นที่ซึ่งคล้ายเกาะที่ล้อมรอบด้วยลำน้ำจากคลองอัมพวา คลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งพื้นที่บางส่วนตั้งอยู่ในเขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวาและเขตพื้นที่ของตำบลบ้านปรก อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

2.6.1.1 เศรษฐกิจและการประกอบอาชีพ

ประชากรส่วนใหญ่ของชุมชนอัมพวาในปัจจุบันยังคงประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรม ได้แก่ การทำสวนมะพร้าว ทำสวนผลไม้ (ลิ้นจี่ ส้มโอ กล้วย) และการทำประมง เป็นต้น รองลงมาคือ การประกอบอาชีพในภาคบริการ ได้แก่ ร้านค้า บริการที่พัก บริการขนส่ง และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น มีประชากรบางส่วนประกอบอาชีพในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งส่วน

ใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร แปรรูปสัตว์น้ำ เป็นต้น ทั้งนี้ในธุรกิจภาคบริการ โดยเฉพาะบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่บริเวณ ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา บ้างขนานกับเส้นทางหลวงหมายเลข 4 หลัก และบริเวณริมคลองและแม่น้ำ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมจะอยู่ในพื้นที่ชั้นในลึกเข้าไปจากถนน ริมคลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลองบางช่วง

2.6.1.2 การคมนาคมขนส่ง

ปัจจุบันการเดินทางมายังชุมชนอัมพวา สามารถเดินทางโดยอาศัยการคมนาคมทางบก ทั้งทางรถยนต์โดยทางหลวงแผ่นดิน 4 สายได้แก่ เส้นทางหมายเลข 35 สายธนบุรี-ปากท่อ เส้นทางหมายเลข 35 สายสมุทรสงคราม-สมุทรสาคร เส้นทางหมายเลข 325 สายสมุทรสงคราม-ดำเนินสะดวก บางแพ และทางหลวงจังหวัดสายสมุทรสงคราม-ปากท่อ และทางรถไฟสายแม่กลอง-วงเวียนใหญ่ (ชรินทร์พรณ อະສີຕິຣັຕ໌ນ, 2553)

ในขณะที่การคมนาคมขนส่งในพื้นที่ชุมชนอัมพวาอาศัยการคมนาคมทางบก และทางน้ำ โดยการขนส่งทางบกมีทางหลวงเส้นทางหมายเลข 325 สายสมุทรสงคราม-ดำเนินสะดวก บางแพ ตัดผ่านพื้นที่ชุมชน และมีเส้นทางหลวงระหว่างอำเภอ และจังหวัด (ทางหลวงหมายเลข 4 หลัก) แต่กสาขาคอบคลุมพื้นที่โดยรอบของชุมชนอัมพวา นอกจากนี้การที่พื้นที่ชุมชนอัมพวาถูกล้อมรอบด้วยแม่น้ำ คลอง และคลองสาขาจำนวนมาก ทำให้ยังพบการสัญจรทางน้ำโดยใช้เรือยนต์ เรือแจว และเรือหางยาวเป็นพาหนะในการเดินทางร่วมกับการสัญจรทางบกด้วย

2.6.1.3 ทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนอัมพวาเป็นชุมชนเกษตรกรรมริมน้ำที่มีความเก่าแก่ จึงมีทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งนี้การท่องเที่ยวอัมพวา ได้รับความนิมอย่างมากจากตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ซึ่งจัดสร้างขึ้นเพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำในอดีต และนำไปสู่กิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับชุมชนอัมพวาอีกหลายกิจกรรม เช่น การนั่งเรือชมหึ่งห้อย การนั่งเรือไหว้พระ 9 วัด เป็นต้น นอกจากนี้ในพื้นที่ชุมชนอัมพวายังมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ขนมไทย บ้านครูเอื้อสุนทรภรณ์ สวนผลไม้ การปั่นจักรยานรอบเกาะอัมพวา รวมถึงกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างการทำน้ำตาลมะพร้าว เป็นต้น

ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ส่วนใหญ่ พัฒนามาจากทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน ทั้งในรูปแบบของการดำเนินชีวิตริมน้ำ การประกอบอาชีพ หรือสถาปัตยกรรมของชุมชนในอดีต ร่วมกับทรัพยากรสมัยใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา เช่น ที่พักอาศัย

แบบโฮมสเตย์หรือแบบร่วมสมัย ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น โดยอาศัยทรัพยากรบุคคลทั้งในพื้นที่และจากนอกพื้นที่เป็นแรงขับเคลื่อนในการดำเนินกิจกรรม และให้บริการการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวาแห่งนี้

2.6.2 ความเป็นมา และพัฒนาการการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา

ชุมชนอัมพวา มีบทบาทและถูกกล่าวถึงในประวัติศาสตร์ไทยตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยเดิมมีชื่อเรียกว่า แขวงบางช้าง ซึ่งเป็นชุมชนริมน้ำขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในการทำสวนผลไม้และปลูกพืชผัก และยังเป็นชุมชนที่มีการค้าขายทางน้ำขนาดใหญ่ โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นผักผลไม้ เครื่องอุปโภคบริโภคไปจนถึงเครื่องประดับฟุ่มเฟือยซึ่งชาวจีนที่มีเรือแพค้าขายนำเข้ามาขาย (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2549) แม้กระทั่งในสมัยรัตนโกสินทร์ชุมชนอัมพวาก็ยังเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่สำคัญในภาคกลางของประเทศไทย เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของคนในภาคกลางโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์จึงเหมาะในการปลูกพืชหลายชนิด มีลำคลองสาขาที่แยกออกจากแม่น้ำแม่กลองหลายสาย ทำให้พื้นที่เมืองแม่กลองซึ่งรวมถึงชุมชนอัมพวาถูกขนานนามว่าเป็น เวนิสตะวันออกแห่งสุดท้าย (ชรินทร์พรพรณ อະສິຕິรัດ, 2553) ดังนั้นวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนอัมพวาตั้งแต่เดิมจึงมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรมและสายน้ำมาโดยตลอด

ตลาดน้ำอัมพวาในอดีต (ก่อนปี 2547) เคยมีแต่ตลาดน้ำยามเช้าเช่นเดียวกับตลาดน้ำอื่นๆ ในลแวกเดียวกัน โดยพ่อค้า แม่ค้า และชาวสวนจะพายเรือออกมาขายอาหารสด อาหารแห้ง ผลไม้ตลอดเส้นทางลำน้ำตั้งแต่สี่สี่ห้าจนมาถึงคลองอัมพวา กระทั่งแปดโมงเช้าตลาดน้ำอัมพวาจึงเริ่มวาย อัมพวาจึงไม่เคยมีตลาดน้ำยามเย็นเหมือนเช่นในปัจจุบัน อาจจะพบเห็นการขายข้าวต้ม อาหาร เครื่องดื่ม ทั้งตลาดบกและตลาดน้ำในช่วงเวลากลางวันอยู่บ้างในอดีตแต่ไม่คึกคักเท่ากับตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาในปัจจุบัน ขณะที่สองฝั่งคลองอัมพวาจนถึงหน้าวัดพระยาญาติ (วัดปากง่าม) เคยเป็นชุมชนบ้านเรือนแพ เปิดเป็นร้านค้าปลูกต่อกันเป็นห้องแถว ส่วนบ้านเรือนริมคลองจะปลูกห่างกันเป็นระยะบริเวณคลองผีหลอก เมื่อปี 2516 มีการตัดถนนมาถึงตลาดอัมพวา ทำให้การเดินทางทางน้ำโดยใช้เรือหมดความสำคัญลง ตลาดน้ำยามเช้าของอัมพวาจึงค่อยๆ หายไปพร้อมกับการเข้ามาของถนน ศูนย์กลางการค้าขายแห่งใหม่จึงย้ายไปอยู่บริเวณตลาดแม่กลอง อัมพวาจึงเหลือเพียงตลาดสดริมคลองที่เสียบเหงาตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา (ชรินทร์พรพรณ อະສິຕິรัດ, 2553)

จนกระทั่งในปี 2544 สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมแม่น้ำ คู คลอง ในพื้นที่ภาคตะวันตก และเลือกคลอง

อัมพวาเป็นกรณีศึกษา พัฒนาต่อยอดมาสู่โครงการอนุรักษ์ศิลปกรรมสิ่งแวดล้อมพื้นที่คลองอัมพวา ในปี 2546 – 2548 ร่วมกับสำนักงานให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแห่งเดนมาร์ก (DANIDA) และสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา ในการอนุรักษ์อาคารไม้ 17 หลัง และปรับปรุงภูมิทัศน์ 1 แห่ง (ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์, ม.ป.ป.) ในพื้นที่ริมคลองอัมพวา ซึ่งทำให้พื้นที่ริมคลองอัมพวาเริ่มกลับมามีชีวิตชีวา ไม่ทรุดโทรม และมีความสวยงามมากขึ้น

แม้ในช่วงเวลานั้นบริเวณโดยรอบอัมพวา จะมีการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กระจายตัวอยู่บ้าง แต่สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา โดยนายกเทศมนตรีฯ ร้อยโทพัชโรดม อนุสุวรรณ ได้พยายามต่อยอดภูมิศาสตร์ และภูมิสังคมของพื้นที่อัมพวา ให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ด้วยกระบวนการนำเสนอรูปแบบใหม่ผ่านยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างอัมพวาให้เป็นตลาดน้ำยามเย็นที่มีความแตกต่างจากตลาดน้ำอื่นในบริเวณใกล้เคียงที่มีจุดขายเป็นตลาดเช้า ไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือตลาดน้ำจัดสร้างอย่างตลาดน้ำท่าคา เป็นต้น โดยตลาดน้ำอัมพวาจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ “คนกรุงเทพฯ” ซึ่งสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้โดยใช้เวลาไม่นาน แต่เนื่องจากคนกรุงเทพฯมีเวลาว่างเฉพาะในวันหยุด อัมพวาจึงเป็นตลาดน้ำยามเย็นที่เปิดให้บริการเฉพาะช่วงเย็นของวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น ทั้งนี้ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาได้เริ่มดำเนินการฟื้นฟูตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2547 (ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์; สุกัญญา ศุภกิจอำนวย, 2552) เป็นต้นมา

หลังการเกิดขึ้นของตลาดน้ำในปี 2547 พัฒนาการด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ จึงเกิดขึ้นตามมา ทั้งการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ล่องเรือชมทิวทัศน์ ชุมชนโฮมสเตย์ รวมถึงการพัฒนาสินค้าจากท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยว ทำให้อัมพวาสามารถพลิกฟื้นจากความทรุดโทรม เจ็บเหงานเป็นชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ประเทศไทยตั้งแต่นั้นมา (ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์, ม.ป.ป.)

2.6.3 การท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ก่อนมีการเกิดขึ้นของตลาดน้ำอัมพวา การท่องเที่ยวในบริเวณอัมพวาพอมืออยู่บ้าง ในลักษณะการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กระจายตัวอยู่ตามริมคลองอัมพวา คลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง แต่ยังเป็นการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปมากนัก

ในช่วงแรกของการเปิดตลาดน้ำอัมพวา มีชาวบ้านเข้าร่วมโครงการตลาดน้ำยามเย็นไม่ถึง 50 คน เนื่องจากชาวบ้านไม่มั่นใจว่าตลาดน้ำอัมพวาจะสามารถแข่งขันกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งได้รับความนิยมอยู่แล้วและอยู่ห่างจากตลาดน้ำอัมพวาเพียง 15 กิโลเมตรได้ในช่วงเริ่มแรกของการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวายามเย็น สำนักงานเทศบาลฯ จึงต้องมีมาตรการในการส่งเสริม

สนับสนุนให้ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการมากขึ้น เช่น การให้เงินช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้า เพื่อลดปัญหาการถอดใจของผู้ขายที่ไม่สามารถขายสินค้าได้หมดในแต่ละวัน และการจับฉลากรางวัลสำหรับพ่อค้าแม่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ เป็นต้น ทั้งนี้สำนักงานเทศบาลฯ เชื่อว่าหากพ่อค้าแม่ค้าอยู่รอดนักท่องเที่ยวจะเข้ามาเพิ่มขึ้น และตลาดน้ำอัมพวาก็จะอยู่รอดเช่นเดียวกัน (ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553)

นอกจากการสนับสนุนให้เกิดการค้าขายทางเรือ การเปิดร้านค้าบริเวณริมฝั่งคลองอัมพวาแล้ว สำนักงานเทศบาลฯ ได้ขยายเส้นทางการท่องเที่ยว โดยสร้างเส้นทางการนั่งเรือชมหิ่งห้อยริมคลองอัมพวา คลองผีหลอก ต่อเนื่องถึงแม่น้ำแม่กลองรอบเกาะอัมพวา ซึ่งทำให้ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาเริ่มเป็นที่รู้จักของคนภายนอก ผ่านสื่อต่างๆ และการบอกต่อจากคนที่เคยมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา

เมื่อตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จำนวนเรือค้าขาย เรือบริการชมหิ่งห้อย ร้านค้าบริเวณริมฝั่งคลองก็เพิ่มมากขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายพื้นที่การท่องเที่ยวเป็นถนนคนเดินบริเวณใกล้เคียงกับตลาดน้ำ และเนื่องจากการท่องเที่ยวของอัมพวามีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้ชุมชนอัมพวามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะเมื่อครั้งกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการโยกหาอดีตของนักท่องเที่ยวเป็นที่นิยม

2.6.4 ผลจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา

การท่องเที่ยวอัมพวา เกิดขึ้นจากความตั้งใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภูมิศาสตร์ ภูมิสังคมของพื้นที่ ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน ซึ่งในผลด้านเศรษฐกิจพบว่าอัมพวาประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังอัมพวาปีละไม่ต่ำกว่า 5 - 6 แสนคน สร้างรายได้ให้ชุมชนประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี (สุกัญญา ศุภกิจอำนวย, 2552) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการเข้าถึงรายได้ของชุมชนพบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวที่ต้องใช้เงินทุนสูง เช่น รีสอร์ท ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร บริการเรือนำเที่ยวเหล่านี้ ส่วนใหญ่มาจากนักลงทุนภายนอกชุมชน แต่ธุรกิจที่ยังมีคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของทุนอยู่มากเป็นธุรกิจโฮมสเตย์ ร้านอาหารอาหารทานเล่น เรือขายอาหาร การให้บริการที่จอดรถ เป็นต้น (ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553)

ในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวอัมพวาสร้างผลได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนแล้วยังพบว่าเมื่ออัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก ทำให้แรงงานหนุ่มสาวที่เคยย้ายถิ่นไปทำงานนอกชุมชน หรือในกรุงเทพมหานครย้ายกลับเข้ามาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการย้ายเข้าของแรงงานต่างถิ่นมาเป็นลูกจ้าง หรือผู้ประกอบการในชุมชนอัมพวา เช่นเดียวกัน นอกจากการย้ายเข้าและย้ายกลับของแรงงานแล้วจากรูปแบบของอาชีพและการหารายได้ของคนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลง จากการทำสวน การตกกุ้ง ตกปลา และการทำน้ำตาลมะพร้าว เป็นการเข้าไปหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น การปรับพื้นที่เป็นที่จอดรถ การขับเรือนำเที่ยวชมหิ่งห้อย การขายของที่ระลึก และการเปิดให้บริการโฮมสเตย์ริมคลอง เป็นต้น กอปรกับราคาที่ดินในชุมชนที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทำให้คนในชุมชนจำนวนไม่น้อยขายที่ดินในชุมชนและย้ายออกจากอัมพวา ในขณะที่ที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์ที่เคยให้คนในชุมชนเช่าในราคาถูก ก็ต่างพากันขึ้นราคาเช่า ทำให้ผู้เช่าดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในชุมชนมานานจำยอมต้องย้ายออกไปอยู่นอกชุมชนซึ่งเสียราคาค่าเช่าไม่สูงมากนัก

การท่องเที่ยวอัมพวาที่ได้รับความนิยม และนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจำนวนมากย่อมหมายถึงโอกาสในการสร้างรายได้ที่มากขึ้นของชุมชน โดยนอกจากอาชีพและการปรับเปลี่ยนพื้นที่ของชุมชนเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังพบว่าผู้ขับขี่เรือมีจำนวนมากขึ้น และมีการพัฒนาประสิทธิภาพของเรือเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่อเที่ยวได้มากขึ้น และสามารถขับเคลื่อนได้เร็วเพิ่มจำนวนรอบการวิ่งเรือได้มากขึ้น แต่ก็ก่อให้เกิดมลพิษทางเสียงและเกิดคลื่นจากเรือ สร้างความรำคาญและเสียหายแก่บุคคลและและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัยริมคลองอัมพวาเรื่อยไปจนถึงคลองผีหลอก นานวันเข้าก็ได้สร้างความขัดแย้งระหว่างชาวบ้าน และการต่อต้านนักท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ทั้งการตำหนิ ยิงปืน โยนของใส่เรือ หรือการตัดต้นลำพูทิ้ง เป็นต้น นอกจากผลกระทบจากการสัญจรทางเรือแล้วยังพบว่า การจราจรทางบกของชุมชนอัมพวาในวันที่มีตลาดน้ำติดยาวหลายกิโลเมตร เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานในการคมนาคมทางบกไม่ได้ถูกพัฒนามาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศและการจราจรติดขัดแก่ชาวบ้าน ผู้อาศัยอยู่ตามแนวเส้นทางเข้าตลาดน้ำ

นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากจนเกินความสามารถในการรองรับของชุมชน แม้จะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติม แต่การท่องเที่ยวที่เกินความพอดีก็ได้สร้างความเสื่อมโทรมให้กับทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน โดยผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติของอัมพวาที่เห็นได้ชัดเจนคือ การกัดเซาะตลิ่งอย่างรวดเร็วจากคลื่นที่เกิดจากเรือ และการลดลงของหิ่งห้อยและนกที่เคยอาศัยอยู่ริมน้ำ ซึ่งอพยพย้ายไปอยู่ในสวนที่ลึกเข้าไปเพราะถูกรบกวนจากแสงไฟ และเสียงจากเรือและนักท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาขยะเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นของ

ประเทศไทยที่ต้องเผชิญกับปัญหาขยะล้นเช่นเดียวกัน ในขณะที่ผลทางด้านวัฒนธรรมพบว่า แม้ว่าการท่องเที่ยวจะทำให้วัฒนธรรมของชุมชนได้รับการรื้อฟื้นและส่งต่อประเพณีวัฒนธรรมเหล่านี้ไปสู่คนรุ่นหลัง แต่ไม่อาจแน่ใจได้ว่าประเพณี และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นของจริงหรือวัฒนธรรมแปรรูปที่พราวจากคนท้องถิ่นมาเป็นเพียงการแสดงซึ่งไม่มีความแท้จริง ขาดจิตวิญญาณและความรู้สึกของคนท้องถิ่น และเป็นเพียงสินค้าทางการท่องเที่ยวเท่านั้น (ชรินทร์พรณ อະสีติรัตน์, 2553)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชรินทร์พรณ อະสีติรัตน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาพัฒนาการของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาตั้งแต่ยังไม่มีจัดการท่องเที่ยวจนถึงปี 2553 รวมถึงศึกษาความเปลี่ยนแปลงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยพบว่าพัฒนาการของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาแบ่งได้เป็น 2 ระยะ คือ ก่อนมีการจัดตั้งตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา (พ.ศ. 2347 - 2547) และหลังจากจัดตั้งตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาแล้ว (พ.ศ. 2547 - 2553) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก่อให้เกิดการสร้างงาน มีการขยายตัวของธุรกิจชุมชน แต่ก็ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่วัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ และนำมาด้วยปัญหาทางสังคมอื่นๆ เช่น ปัญหาสาธารณสุขโรค ปัญหาความขัดแย้งด้านการแบ่งผลประโยชน์ของชุมชน ปัญหาการอพยพย้ายถิ่น และปัญหามลภาวะและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศวิทยาของชุมชน

วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาระบบอุปทานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงกรอบการพัฒนาบริการใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งต้องอาศัยการบูรณาการแนวคิดหลักการ และทฤษฎีเฉพาะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น รวมถึงระบุชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การวางตำแหน่งของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบการพัฒนาระบบอุปทานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานครที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครและการท่องเที่ยวชุมชนและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งแนวทางเชิงโลจิสติกส์และบริการในการพัฒนาระบบอุปทานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานครสำหรับผู้วางแผนนโยบายและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีระเบียบวิธีวิจัย โดยกำหนดรายละเอียดแบ่งเป็น 5 หัวข้อคือ รูปแบบของการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบของการวิจัย

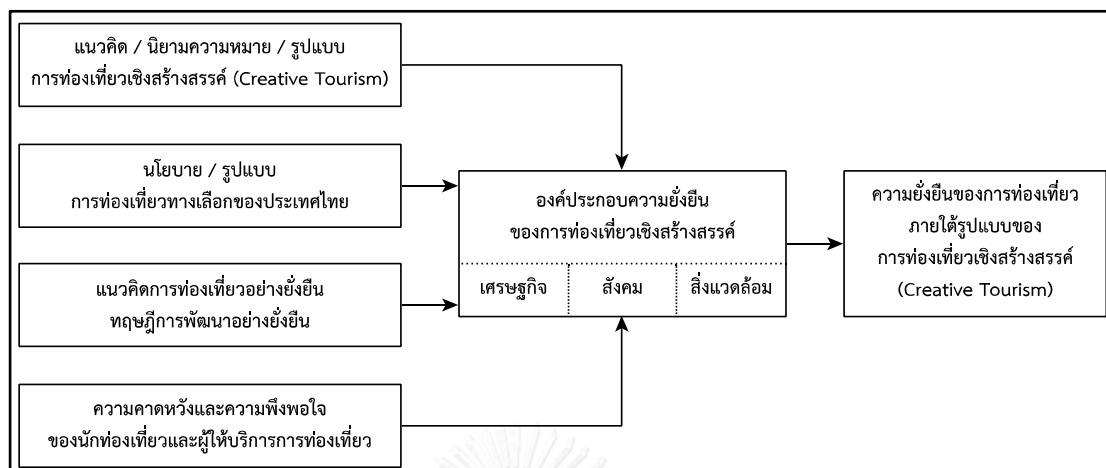
การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของประเทศไทย และวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา อีกทั้งเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืนสำหรับชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามด้วย โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะและที่มาของข้อมูลคือ

- ส่วนที่ 1 การศึกษาเชิงทฤษฎี จากการศึกษาทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านแนวคิดและทฤษฎี และการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้
- ส่วนที่ 2 การศึกษาในเชิงปฐมภูมิ จากการศึกษาสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview)

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่บนพื้นฐานแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางเลือกของไทย รวมถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ดังแสดงในภาพที่ 11

ภาพที่ 11 กรอบแนวคิด การศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ที่มา : ผู้วิจัย, 2556

3.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ 4 ส่วนคือ ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตพื้นที่ และขอบเขตเวลาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยใช้ชุมชนอัมพวาเป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้การศึกษาเริ่มต้นตั้งแต่การทำ ความเข้าใจความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี และในบริบทของประเทศไทย เพื่อให้องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามที่ได้จากผลการวิจัย เป็นไปตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง และคำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน กรอบนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามด้วย

3.3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาทั้งในระดับนโยบายและระดับพื้นที่เป็นกลุ่มประชากร และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

1. ผู้เกี่ยวข้องในระดับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ตัวแทนของหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3 หน่วยงาน คือ อพท. ททท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 3 คน โดยเป็นตัวแทนที่หน่วยงานเห็นว่ามีความเหมาะสมกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสำคัญ

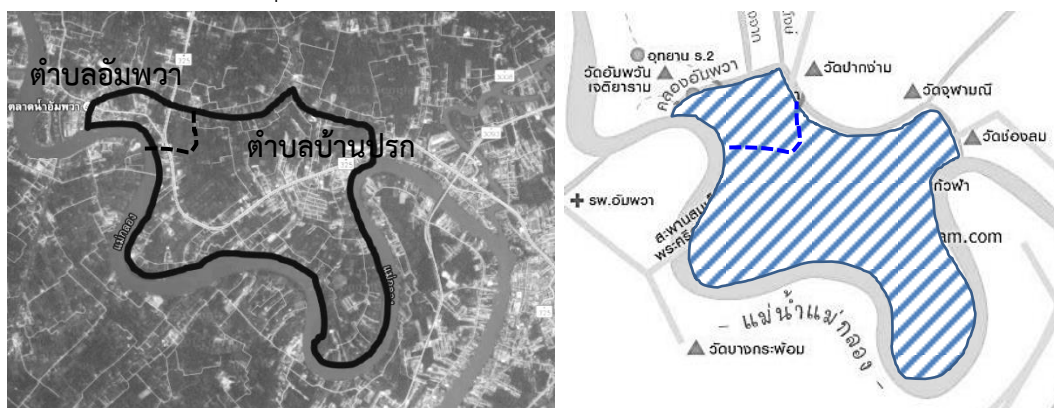
2. ผู้เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ ได้แก่ ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาชุมชนอัมพวา รวม 16 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์จากการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) และต้องเป็นผู้สมัครใจให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

3.3.3 ขอบเขตพื้นที่

การศึกษารอบแรกประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีขอบเขตพื้นที่ศึกษาเฉพาะชุมชนบริเวณตลาดน้ำอัมพวาและชุมชนโดยรอบที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย หรือคือพื้นที่ซึ่งคล้ายเกาะที่ล้อมรอบด้วยลำน้ำจากคลองอัมพวา คลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง ดังแสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษาไว้ในภาพที่ 12 ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าวตั้งอยู่ใน 2 เขตพื้นที่ คือ เขตตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา (พื้นที่ฝั่งซ้ายบน) และเขตพื้นที่ของตำบลบ้านปรก อำเภอเมืองสมุทรสงคราม (พื้นที่ฝั่งขวา) ของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับ	คลองอัมพวา
ทิศใต้	ติดกับ	แม่น้ำแม่กลอง
ทิศตะวันออก	ติดกับ	คลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง
ทิศตะวันตก	ติดกับ	แม่น้ำแม่กลอง

ภาพที่ 12 ขอบเขตของชุมชนอัมพวาที่ทำการศึกษ



ที่มา : (ภาพซ้าย) ภาพจากดาวเทียม Google Earth ปรับปรุงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558
(ภาพขวา) ภาพจาก AtSiam.com (2555) ปรับปรุงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558

ทั้งนี้ขอบเขตพื้นที่ของชุมชนอัมพวาที่ทำการศึกษครอบคลุมสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ร้านค้าร้านอาหาร รวมถึงที่พักแรมและโฮมสเตย์ที่เป็นที่รู้จัก ไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ จุดขึ้นเรือชมหิ่งห้อยและไหว้พระ 9 วัด และเป็นที่ตั้งของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดของประเทศไทยแห่งหนึ่งอีกด้วย

3.3.4 ขอบเขตเวลา

การศึกษานี้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2557 – เดือนมีนาคม 2558

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยมีรายละเอียดและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.4.1 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

3.4.1.1 แนวคิด นิยามความหมาย รูปแบบ ความคาดหวังของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงแนวคิดและทฤษฎี โดยรวบรวมจากการนิยามของ UNESCO, International Creative Tourism Associates [ICTA] และงานวิจัยทางวิชาการ

3.4.1.2 ปัจจัย/มิติความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเชิงแนวคิดและทฤษฎี จากการนิยามของ UNESCO, UNEP, UNWTO และงานวิจัยทางวิชาการ

3.4.1.3 การนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประยุกต์ใช้ในเมืองท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Network) และการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3 หน่วยงาน คือ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3.4.1.4 รูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อความยั่งยืนที่ผ่านมาได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวทางเลือกอื่นข้างต้น รวมถึงนโยบายด้านการท่องเที่ยวไทยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.4.1.5 การท่องเที่ยวอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งในด้านรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ผลได้และผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3.4.2 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

3.4.2.1 การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตัวแทนของหน่วยงานการท่องเที่ยวที่ดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยมีกรอบประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

- ความครอบคลุมในความหมาย และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ตามคำนิยามของหน่วยงาน
- นโยบาย แผนการดำเนินงาน ความร่วมมือ/หน่วยงานรับผิดชอบ และเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- แนวทางในการคัดเลือกหรือหลักเกณฑ์พิจารณาเลือกพื้นที่/ชุมชน/กิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายใต้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- การกำหนดบทบาท/รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนนักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องอื่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแผนการดำเนินงานไปสู่เป้าประสงค์ของหน่วยงาน
- บทบาท และการสนับสนุนของภาคนโยบาย/หน่วยงานในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่างๆ

- ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- แนวทางสู่ความยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.4.2.2 การเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเก็บข้อมูลในพื้นที่ชุมชนอัมพวา ซึ่งเป็นพื้นที่นำร่องการดำเนินกิจกรรมภายใต้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกันของหน่วยงานการท่องเที่ยว โดยอาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว และผู้ให้บริการการท่องเที่ยว/สมาชิกในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว/ผู้คนในชุมชน โดยมีประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ
 - การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - การดำเนินกิจกรรม/การให้บริการด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - ความพึงพอใจ/ความคาดหวังจากการดำเนินกิจกรรม/การให้บริการการท่องเที่ยว ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - สิ่งที่ได้รับ/ความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นที่ผ่านมา
 - แนวทาง/องค์ประกอบในการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ
 - การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - ประสบการณ์การท่องเที่ยวอัมพวาที่สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านมา

- พฤติกรรมการท่องเที่ยว/ความพึงพอใจ/ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอัมพวาที่สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมาเที่ยว/เที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- แนวทาง/องค์ประกอบในการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 3 วิธี เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป ดังมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.5.1.1 การวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) เพื่อทำการจัดกลุ่มข้อมูล τυதியุมิในระดับจุลภาค (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลเบื้องต้น โดยการวิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำ (Domain Analysis)

3.5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตีความ (Content Analysis) เป็นการตีความข้อความที่ปรากฏในรูปของข้อมูลที่ได้จากข้อมูลหรือข้อความที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์โดยคำนึงถึงบริบทแวดล้อม เพื่อสรุปและวิเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลในประเด็นที่สนใจ

3.5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) ในการวิเคราะห์สร้างข้อสรุปจากข้อมูล 2 ประเภทคือ 1) ข้อมูล τυதியุมิจากการทบทวนเอกสารที่ได้จากการวิเคราะห์จำแนกหรือจัดกลุ่มเบื้องต้นแล้ว และข้อมูลปฐมูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตีความสร้างข้อสรุปเชิงเปรียบเทียบองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาตามตัวขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นในเชิงทฤษฎี

3.5.2 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลและผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเขียนวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis Approach) พร้อมภาพประกอบในบางตอน และการสร้างคำอธิบาย (Explanation Building) ด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษา สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ได้ดังนี้

- 4.1 การให้นิยามและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย
 - 4.1.1 การให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานในระดับนโยบาย
 - 4.1.2 ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย
- 4.2 บทวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 4.2.1 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี
 - 4.2.2 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 4.3 ข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด
สมุทรสงคราม

4.1 การให้นิยามและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

4.1.1 การให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานในระดับนโยบาย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้โดยหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว 3 หน่วยงาน คือ อพท. ททท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้จากการให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ 3 หน่วยงาน แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันของการให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 หน่วยงานใน 3 ประเด็น คือ

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและชุมชน
2. มีพื้นฐานมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ (Experience) ที่นักท่องเที่ยวจะต้องได้รับจากการเรียนรู้และลงมือหรือทดลองทำด้วยตนเอง

นอกจากนี้ อพท. ยังมีการกล่าวเพิ่มเติมถึงสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน หรือ Authentic ซึ่งสอดคล้องกับ Richards และ Raymond (2000) (cited in Richard, 2009) ในขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กล่าวถึง การสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (Relation) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Wurzbarger, Aageson, Pattakos และ Pratt (2009) และ ททท. กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว หรือ Active Participation ในการศึกษาของ Richards และ Wilson (2006) รวมไปถึงการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละหน่วยงานด้วย

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พัฒนามาจากการท่องเที่ยวทางเลือกอื่นๆ ไม่ที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต แต่มีความแตกต่างกัน ในประเด็นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ กล่าวคือ ระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต้องมีใช่เพียงการเยี่ยมชมเท่านั้น แต่ต้องได้เรียนรู้ แลกเปลี่ยนทางความคิด ประสบการณ์จากการลงมือทำเช่นเดียวกันกับสิ่งทีคนในแหล่งท่องเที่ยวทำอยู่เป็นประจำ หรือเป็นผู้ผลิตสินค้าการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ โดยอาศัยประสบการณ์เดิมของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย ดังแสดงตำแหน่งและความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบอื่นในภาพที่ 13 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พัฒนามาจากการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีอยู่เดิม หรือแม้กระทั่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว แต่เพิ่งได้รับการสังเกตถึงระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรม การท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ และเรียกชื่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวนั้นให้กับตนเองว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Richards และ Wilson (2006)

ภาพที่ 13 ตำแหน่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อความยั่งยืนรูปแบบอื่น



ที่มา : ผู้วิจัย (2557)

ทั้งนี้แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีพัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ฯลฯ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา น้ำตก ทะเล ฯลฯ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการนำวัฒนธรรมพื้นฐาน หรือวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน มาเป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต หากแต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่นำเสนอประสบการณ์ในระดับที่มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต คือ นักท่องเที่ยวจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่ตลาด (Wurzburger, 2008 2010 อ้างถึงในภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555) ได้เพิ่มทักษะจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ภักยมณี แก้วสง่า และ นิศาชล จำนงศรี, 2555) หรือกล่าวได้ว่าสินค้าหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ประสบการณ์จากการลงมือทำของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อพท. และ ททท. ที่ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มระยะเวลาในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวให้นานขึ้นจากกิจกรรมที่มีความลึกมากขึ้น มีความเป็นจริงมากกว่า (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) โดยนักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ตรงและมีความผูกพันกับเจ้าของพื้นที่มากกว่าการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558)

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงอาจไม่ใช่เรื่องใหม่ทั้งหมด และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน ก็มีกิจกรรมหรือลักษณะที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บ้างแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำขึ้นส่วนของการท่องเที่ยวทางเลือกหลายรูปแบบในอดีตมาปะติดปะต่อเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เชื่อว่าจะสามารถแก้ปัญหาเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อความยั่งยืนของชุมชน และความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความเห็นของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวว่า

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นกลไกที่เข้ามาตอบรับกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแนวทางหนึ่ง เพราะนอกจากความมุ่งหวังในเชิงเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้รองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แล้ว ยังเป็นการท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้ชุมชนรู้สึก รัก ห่วงแหน และมีส่วนช่วยในการสืบทอดสิ่งที่ดีงามที่ชุมชนมีจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

(เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558)

“ความยั่งยืน กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กันอยู่ เพราะเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าการที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้มรดกวัฒนธรรมในพื้นที่ และการสร้างปฏิสัมพันธ์ความผูกพันกับเจ้าของพื้นที่ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำได้มากกว่าการเที่ยวชม ความประทับใจนี้จะนำมาซึ่งความเข้าใจในคุณค่า จนกลายเป็นความรู้สึกห่วงแหน และอยากมีส่วนช่วยในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้อยู่ต่อไป”

(นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

“บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ตรงจากการลงมือทำ มีความผูกพันกับเจ้าของพื้นที่ทำให้อยากกลับมาเที่ยวซ้ำ และนำความประทับใจไปบอกต่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ... ในขณะที่อีกด้านหนึ่งชุมชนจะได้ประโยชน์จากการเป็นเจ้าของทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำมาเปลี่ยนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้ชุมชนรู้สึก รัก ห่วงแหน และต้องการรักษาวัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้คงอยู่อย่างยั่งยืน”

(พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558)

ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาไปจนถึงระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) หรือการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด (User-generated Content) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจเฉพาะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่เป็นจริง หรือกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชุมชนนั้นๆ (วุฒิไกร งามศิริ จิตดี และคณะ, 2557) ชุมชนจึงไม่จำเป็นต้องมีการจัดสร้าง หรือพยายามแต่งเติมกิจกรรมใดๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจหรือเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเหมือนเช่นการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในอดีต แต่กิจกรรมที่แท้จริงจะสามารถเติมเต็มความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ และอยู่บนพื้นฐานของความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีแนวโน้มมุ่งไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของชุมชน

4.1.2 ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

การศึกษาพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย ผู้วิจัยอาศัยระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยตาม Maturity Model ของวุฒิไกร งามศิริจิตดี และคณะ (2557) เป็นกรอบในการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยแบ่งระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยตาม Maturity Model เป็น 4 ระดับ คือ ระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงระบบคุณค่า (Value System) ระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงการรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Direct Experience) ระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว (Experience and Journey) และระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational)

ทั้งนี้ตามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การท่องเที่ยวในระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงระบบคุณค่า (Value System) ไม่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องได้รับประสบการณ์จากการได้ลงมือทำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเพียงการมาเที่ยวชม มองดู หรือซื้อหาสินค้าเท่านั้น (Passive Tourist) ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่จัดว่าการท่องเที่ยวในระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงระบบคุณค่า (Value System) นี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมื่อทำการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ อพท. ให้การประชาสัมพันธ์และสนับสนุนโดยเริ่มต้นภายในพื้นที่พิเศษภายใต้ความรับผิดชอบของ อพท. ก่อน พบว่าระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นไปตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของพื้นที่ เป้าหมายสำหรับจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย อพท.

พื้นที่/ชุมชน	ความสอดคล้องกับนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		ระดับ การมีส่วนร่วมฯ	ระดับการพัฒนาของ การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ฯ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง		
เกาะช้าง – เกาะกูด ตราด		✓	Mass Customization	Value System
เชียงใหม่		✓	Mass Customization	Value System
พัทธยาและ พื้นที่เชื่อมโยง		✓	Mass Customization	Value System
อัมพวา สมุทรสงคราม	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
น่าน		✓	Mass Customization	Value System
เกาะเกร็ด นนทบุรี	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
เลย	✓		Workshop & Crowdsourcing	Direct Experience
สุโขทัย	✓		Workshop & Crowdsourcing	Direct Experience

ที่มา: ผู้วิจัย (2557)

จากตารางที่ 4 อพท. ใช้คำว่าแหล่งเสริมประสบการณ์แทนคำว่ากิจกรรมเสริมประสบการณ์หรือกิจกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า อพท. ให้ความสำคัญกับพื้นที่และการพัฒนาพื้นที่เป็นหลัก และใช้กิจกรรมในพื้นที่เป็นแรงสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยว (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน งานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อพท., สัมภาษณ์, 11 มีนาคม

2558) ทั้งนี้จากกิจกรรมที่ปรากฏในเว็บไซต์ creativetourism.com พบว่าในบางแหล่งเสริมประสบการณ์ไม่ได้สะท้อนระดับความมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญตามนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งเสริมประสบการณ์เกาะล้าน พัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น ในขณะที่แหล่งเสริมประสบการณ์บางแห่งมีระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ หรือเป็นการมีส่วนร่วมแบบ Mass customization เช่น การเยี่ยมชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของชาวล้านนาและสีสันของเมืองเชียงใหม่บนถนนนิมมานเหมินท์ การสัมผัสวิถีชีวิตและชมหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวไทยภูเขา 3 เผ่า ณ หมู่บ้านพัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาปากกลาง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเพียงผู้รับประสบการณ์ มากกว่าผู้ผลิตสินค้าการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับตนเองหรือผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวตามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นต่อการท่องเที่ยวในแหล่งเสริมประสบการณ์เหล่านี้ว่า ไม่ได้สะท้อนความมีส่วนร่วมที่ก่อให้เกิดกิจกรรมสร้างสรรค์ หรือแสดงถึงความสอดคล้องในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตามมีบางแหล่งเสริมประสบการณ์ที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น เช่น เส้นทาง Creative Culture - Creative Nature (ดอกฝ้ายท่มหนาว(ฝ้านวม) ธรรมชาติ(ต้นผึ้ง)ท่มใจ) หรือเส้นทาง Creative Kingdom - Creative City (จากดินถึงดวงดา) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และลงมือทำกิจกรรมแบบเดียวกับคนในชุมชน รวมถึงมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมสร้างสรรค์ หรือผลิตประสบการณ์สร้างสรรค์แต่จะเป็นไปอย่างจำกัด เนื่องจากแต่ละกิจกรรมถูกกำหนดอย่างตายตัวทั้งด้านพื้นที่และเวลาในการทำกิจกรรมมาแล้ว เสมือนเป็นการจัดแสดงเป็นการชั่วคราวหรือเป็น Workshop ทำให้ระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวถูกจำกัดตามกำหนดการหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวของเส้นทางนำร่องนั้น ซึ่งแสดงถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชั้น Direct Experience ซึ่งนักท่องเที่ยวมีระดับการมีส่วนร่วมแบบ Workshop & Crowdsourcing ในขณะที่แหล่งเสริมประสบการณ์บางแห่งก็เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์กิจกรรมและประสบการณ์ได้อย่างอิสระภายในพื้นที่ของผู้ส่งมอบบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการท่องเที่ยวให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสะท้อนระดับการมีส่วนร่วมในระดับ Workshop & Open source เช่น การมหอยแครงและการเล่นการละเล่นท้องถิ่น ที่บ้านคลองโคกลน เป็นต้น

ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้การประชาสัมพันธ์และสนับสนุน มีระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของพื้นที่เป้าหมายสำหรับจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

พื้นที่/ชุมชน	ความสอดคล้องกับนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		ระดับการมีส่วนร่วม	ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง		
โครงการพัฒนาเกษตรที่สูงบ้านสะจุกสะแกียง น่าน		✓	Mass Customization	Value System
บ้านนาต้นจั่น สุโขทัย		✓	Workshop & Open source	Direct Experience
บ้านท่าสว่าง สุรินทร์		✓	Mass Customization	Value System
บ้านท่าเรือ นครพนม		✓	Mass Customization	Value System
บ้านคลองโคน สมุทรสงคราม	✓		Workshop & Open source	Direct Experience
ตำบลบางตะบูน เพชรบุรี	✓		Workshop & Open source	Direct Experience
บ้านปะเสยะวอ ปัตตานี		✓	Mass Customization	Value System
ตำบลเกาะยอ สงขลา		✓	Mass Customization	Value System

ที่มา: ผู้วิจัย (2557)

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าการจัดพื้นที่และกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มุ่งเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมหรือสินค้าของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แต่ขาดการเชื่อมโยงทางด้านพื้นที่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งนี้จากรายละเอียดของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดและการดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ ที่ผ่านมายังเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงไม่สามารถระบุรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างชัดเจน แต่

สามารถสรุปเบื้องต้นได้ว่ากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่กระทรวงการท่องเที่ยวฯ สนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ส่วนใหญ่ยังมีระดับความมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวแบบ Mass Customization ซึ่งไม่สะท้อนการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากการเยี่ยมชมเรียนรู้เท่านั้น

สำหรับชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดของประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model เป็นไปตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 กิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตาม Maturity Model ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุด โดย ททท.

พื้นที่/ชุมชน	ความสอดคล้องกับนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		ระดับการมีส่วนร่วม	ระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฯ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง		
กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง อุดรธานี	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ชุมชนคุ้มโฮมเหนือ วัดฟ้าหยาด ยโสธร	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ชุมชนบ้านโพน กาศสินธุ์	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง บ้านบางเสด็จ อ่างทอง	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์สมุทรสงคราม	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่อ๊ต สมุทรสาคร	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านนาต้นจั่น สุโขทัย	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey

พื้นที่/ชุมชน	ความสอดคล้องกับนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		ระดับ การมีส่วนร่วม	ระดับการพัฒนา ของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ฯ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง		
ศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาไทย ไร่คุณมน กาญจนบุรี	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ศูนย์เรียนรู้ชุมชน บ้านสันกอง เชียงราย	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มชาเจียวู่หลาน เชียงราย	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
โรงเรียนบ้านหอม สมุนไพร เชียงใหม่	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ไทยอีแลแฟนท์โฮม เชียงใหม่	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญา พื้นบ้านชนเผ่าม้ง บ้านแม่สา เชียงใหม่	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
อุโมงค์โฮมสเตย์ ลำพูน	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มสตรีสหกรณ์ การเกษตรศุภนิมิต ชะอวด นครศรีธรรมราช	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มหัตถศิลป์แกะภาพ หนังเมืองลุง	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มผลิตเรือหัวโทง จำลอง ชุมชนบ้าน เกาะกลาง กระบี่	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
แหลมสิงห์ไบท์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ จันทบุรี	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey

พื้นที่/ชุมชน	ความสอดคล้องกับนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		ระดับ การมีส่วนร่วม	ระดับการพัฒนา ของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง		
กลุ่มท่องเที่ยว บ้านน้ำเขียว ตราด	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey
กลุ่มการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ ตำบลห้วยแร่ ตราด	✓		Workshop & Open source	Experience and Journey

ที่มา: ผู้วิจัย (2557)

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า ททท. นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมสร้างสรรค์มากกว่าสถานที่ โดยทุกกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ ททท. นำเสนอ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ด้วยการลงมือทำเช่นเดียวกับคนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระในพื้นที่ของผู้ส่งมอบบริการ รวมถึงมีพื้นที่ให้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตาม Maturity Model ในระดับพัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับ Workshop & Open source

เมื่อพิจารณากิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 หน่วยงานข้างต้นพบว่า พัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต มีเพียงไม่กี่กิจกรรมที่พัฒนามาจากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการจำแนกการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดย ททท. เป็น 4 ประเภทคือ มรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศิลปะ และสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558)

นอกจากนี้จากแนวทางในการกำหนดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ /แหล่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 หน่วยงาน สะท้อนให้เห็นระดับของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้เป็นกิจกรรมหรือแหล่งรับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อพท. กำหนดแหล่งเสริมประสบการณ์จากการพิจารณาค้นหากิจกรรมที่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พิเศษของ อพท. และประชาสัมพันธ์หรือทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยว

เหล่านี้ในด้านใหม่ โดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของพื้นที่ซึ่งเป็นที่รู้จักแล้วในระดับหนึ่ง (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) กิจกรรม/แหล่งรับประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของ อพท. จึงมีลักษณะของการพัฒนาจากระดับบนลงล่าง (Top-Down) มากที่สุด ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งที่สะท้อนระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับแรกหรือระดับ Value System ตาม Maturity Model เท่านั้น ในขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวฯ เปิดโอกาสให้นักศึกษานักศึกษาซึ่งเป็นตัวแทนของลูกค้า/ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลุ่มหลัก ได้เสนอแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ ก่อนที่จะคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นที่สุด และทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558) ซึ่งแสดงให้เห็นพัฒนาการของการนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาปฏิบัติใช้ในประเทศไทยที่มีระดับสูงขึ้น และสูงขึ้นไปอีกในแง่มุมมองของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ ททท. ที่มาจากการคัดเลือกพื้นที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวจากการเสนอกิจกรรม/พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มาจากความต้องการของชุมชนผ่านการเขียนโครงการเพื่อชี้แจงและบอกเล่าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวก็ได้มีส่วนร่วมในการคัดเลือกกิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตรงตามความสนใจของตนเอง ด้วยการเข้าไปให้คะแนนกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวอยากไปมากที่สุดผ่านเว็บไซต์ที่ ททท. จัดทำขึ้น คือ www.mycreativetourismthailand.com (พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558)

หากพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทั้ง 3 หน่วยงานนำเสนอพบว่า รายละเอียดกิจกรรมของ อพท. มีทั้งกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำเช่นเดียวกับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว หรือสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเพียงการเยี่ยมชมหรือเป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำที่สุดตาม Maturity Model อย่างไรก็ตามการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ อพท. มีความน่าสนใจที่ไม่ได้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีการสร้างเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมด้วย เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของพื้นที่ใกล้เคียงไว้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งส่งผลดีในประเด็นของความหลากหลายของสินค้าการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นการกระจายรายได้และการจ้างงานให้กับชุมชน ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ ส่วนใหญ่ยังไม่ปรากฏข้อมูลให้เห็นระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากนัก โดยส่วนใหญ่ยังเป็นกิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิต ไม่มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในระดับลงมือหรือทดลองทำ

เช่นเดียวกับคนในชุมชน และเป็นการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่หนึ่ง ๆ จึงขาดการเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นโดยรอบ เช่นเดียวกับการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ ททท. อย่างไรก็ตามในแง่ของการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า ททท. สามารถนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือมีระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มากกว่า หรือเป็นการมีส่วนร่วมแบบ Workshop & Open source ที่ให้ นักท่องเที่ยวได้ทดลองหรือลงมือทำเช่นเดียวกับผู้คนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ในทุกแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 20 แห่งที่ ททท. นำเสนอ

จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย มีทั้งที่อยู่ในช่วงระดับการพัฒนาเริ่มต้นในขั้น Value System จนถึงขั้น Experience and Journey ตาม Maturity Model ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ยังไม่แสดงให้เห็นพัฒนาการของการท่องเที่ยวในขั้นสุดหรือในขั้นพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) โดยผลจากการประชุมนานาชาติ International Creative Tourism Network Thailand Forum ในปี 2555 มีการให้ความเห็นในประเด็นดังกล่าวว่าเป็นผลมาจากการยึดติดกับตารางเวลาการท่องเที่ยวแบบตายตัวของการท่องเที่ยวของไทย ในขณะที่มีคฤหาสน์ของไทยก็แนะนำและพานักท่องเที่ยวไปในเส้นทาง สถานที่ท่องเที่ยว หรือร้านค้าเดิมๆ ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องปรับเปลี่ยนความตายตัวที่เกิดขึ้น นำเสนอและพัฒนากิจกรรมใหม่ๆ ไปยังสถานที่เช่น ตรอก ซอก หรือซอยที่มีความน่าสนใจ โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในแผนการท่องเที่ยว ควบคู่กับการนำเสนอการท่องเที่ยวในสถานที่หลักด้วย (ผู้จัดการออนไลน์, 2555)

4.2 บทวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.2.1 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี

UNWTO และ UNEP (อ้างถึงใน Korez-Vide, 2013) ได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายเรื่องความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติและในประเทศไทย ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของการสร้างความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยทรัพยากรของชุมชน กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ ความมีส่วนร่วมและความเข้มแข็งของชุมชน เครือข่ายและนักท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและ

ความยั่งยืนของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน งานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อพท., สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558; นักพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558; พนักงานวางแผนงานวิจัย ฝ่ายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558) หรือกล่าวได้ว่า องค์ประกอบของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องประกอบด้วยส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีมิติของความยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP (อ้างถึงใน Korez-Vide, 2013) ที่จะมีส่วนเกี่ยวพันกันและกันเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นวัฏจักร โดยสามารถอธิบายลักษณะขององค์ประกอบของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ดังนี้

1. ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Network) และจากการศึกษาของ Richards และ Wilson (2006) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบขึ้นจากงานหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ กระบวนการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ภายในสถานที่สร้างสรรค์ ที่เติบโตขึ้นจนสามารถเชื่อมโยงกันโดยอาศัยประชากรสร้างสรรค์ (ผู้คนในสถานที่/นักท่องเที่ยว) เครือข่ายสร้างสรรค์ ภูมิสัมพันธ์สร้างสรรค์ และทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวกลาง เพื่อสร้างผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ประสบการณ์ใหม่ กระบวนการในการพัฒนาประสบการณ์ และการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน ในขณะที่บางกรณีรัฐก็มีบทบาทหรือมีส่วนช่วยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง หรือกระทำการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นที่ชุมชนไม่สามารถดำเนินการเองได้ เป็นต้น ทั้งนี้บทบาทของรัฐจะอยู่ในลักษณะของการเป็นผู้สังเกตการณ์ (Observatory) และผู้สนับสนุน (Facilitator) ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะของส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากการได้ลงมือทำและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับชุมชนในสถานที่ที่เกิดกิจกรรมนั้น โดยเริ่มต้นจากประสบการณ์ที่มีอยู่ในตัวนักท่องเที่ยวผลักดันให้เกิดความสนใจในกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกิดขึ้นจริงในสถานที่หนึ่งๆ จึงต้องการเข้าไปสัมผัสและเรียนรู้ในกิจกรรมหรือกระบวนการนั้น และปฏิบัติตนเสมือนเป็นสมาชิกของชุมชน เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่มีความแท้จริงสำหรับเพิ่มพูนประสบการณ์ใหม่ให้กับตนเอง นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นกลุ่มที่เห็นความสำคัญของคุณค่าของกิจกรรมและการมีอยู่ของทรัพยากรของชุมชนที่สร้างกิจกรรมหรือ

กระบวนการที่น่าสนใจให้กับชุมชน จึงมีความรู้สึกหวงแหนและต้องการเก็บรักษาความแท้จริงของชุมชนนั้นไว้ สอดคล้องกับความเห็นของนักพัฒนาการท่องเที่ยว (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

1.2 คนหรือสมาชิกภายในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว จะต้องมีเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนมีความยั่งยืนและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในระยะยาวได้ ซึ่งเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) ได้กล่าวถึงการนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนไว้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมาของกิจกรรมหรือกระบวนการสร้างสรรค์ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน โดยเฉพาะในกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญา หรือวิถีชีวิต เป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่สร้างความผิดเพี้ยนให้กับวัฒนธรรม ภูมิปัญญา หรือวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการจัดตั้งคณะบริหารระดับชุมชน เพื่อสื่อสารเอกลักษณ์หรือวิถีชีวิตของชุมชนที่ถูกต้องตามความเห็นของชุมชนและสมาชิกของชุมชน (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

1.3 เครือข่ายภายในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เป็นส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีบทบาทสำคัญในการควบคุมให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ภายใต้ขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน เครือข่ายจึงต้องมีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรองกับทั้งสมาชิกในชุมชน การต่อรองกับนักท่องเที่ยว และการต่อรองกับหน่วยงานรัฐด้วย กระบวนการที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการให้ความสำคัญกับบทบาทของเครือข่ายต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและชุมชนของ อพท. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

“แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ต้องอาศัยปัจจัยร่วมกันหลายด้านเช่น คักยภาพและควมมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การตระหนักถึงความสำคัญและการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน ... ”

(เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558)

“นอกจากนี้ควมมีส่วนร่วมของชุมชนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสื่อความหมายมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เพราะที่ผ่านมามีชุมชนมีส่วนร่วมน้อยมากทำให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นในระยะหลัง”

(นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

1.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ทรัพยากรที่ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีความแท้จริง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์อันแท้จริงตามแนวทาง ของชุมชนที่เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งจะไปตามลักษณะสำคัญหลักของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (Richards และ Raymond, 2000; Richards และ Wilson, 2006)

1.5 สถานที่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดที่เกิดขึ้นของกิจกรรม สร้างสรรค์ และทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชน ทั้งนี้สถานที่ที่จะเป็นได้ ทั้งสถานที่ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อจำลองกิจกรรมสร้างสรรค์ หรือเป็นสถานที่จริงที่เกิดกิจกรรมสร้างสรรค์ อยู่เป็นประจำก็ได้ โดยความแตกต่างของสถานที่เป็นไปตามระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ (2557) ที่กล่าวถึงรูปแบบ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละช่วงเวลา

1.6 กิจกรรมหรือกระบวนการสร้างสรรค์ หมายถึง กิจกรรมหรือ กระบวนการใดๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนเป็นประจำ ทั้งกิจกรรมในชีวิตประจำวัน กิจกรรมประจำเทศกาล หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสนใจในกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ของชุมชน จึงเข้าไปเพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นตามความสนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรม หรือกระบวนการสร้างสรรค์จึงไม่ใช่สิ่งที่จัดสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว (Richards และ Raymond, 2000 cited in Richard, 2009)

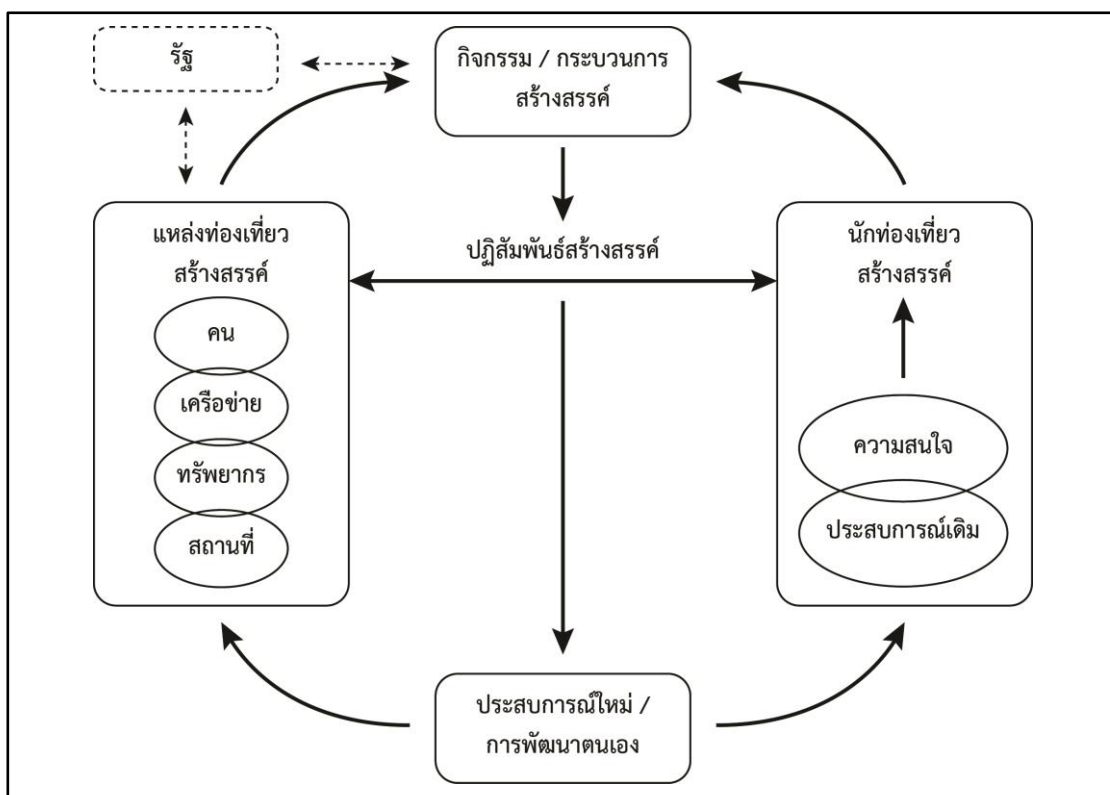
1.7 ปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวและสมาชิกในชุมชน ของแหล่งท่องเที่ยวทำร่วมกัน ซึ่งไม่ใช่เพียงการเข้าไปเยี่ยมชม มองดู ชื้อหาเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยว จะต้องได้ลงมือทำในสิ่งเดียวกับที่สมาชิกของชุมชนทำเป็นประจำ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ตามการศึกษาของ Richards และ Wilson (2006) และการให้นิยาม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (mycreativetourismthailand.com, ออนไลน์) ทั้งนี้ระดับความ มากน้อยของการมีส่วนร่วมในกระบวนการหรือกิจกรรมสร้างสรรค์จะขึ้นอยู่กับ การตกลงของ นักท่องเที่ยวและชุมชน (วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ, 2557)

1.8 ประสบการณ์ใหม่และการพัฒนาตนเอง เป็นผลลัพธ์ของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ใหม่และได้พัฒนาตนเองจากกิจกรรมที่ได้ลงมือ ทำและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน ในขณะที่เดียวกันชุมชนก็จะได้พัฒนาตนเองจากสิ่งที่ได้รับจาก นักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Gilmore และ Pine (1999)

1.9 รัฐ จะมีบทบาทในฐานะผู้สังเกตการณ์และผู้สนับสนุนนักท่องเที่ยวและชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง การสนับสนุนความพร้อมทางกายภาพที่มีขนาดใหญ่ และเป็นกลไกในการเริ่มต้นความร่วมมือในกิจกรรมที่มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก

ทั้งนี้ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ข้างต้นจะมีบทบาทหรือมีความสัมพันธ์ต่อกันดังแสดงในภาพที่ 14

ภาพที่ 14 ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา : ผู้วิจัย (2557)

2. มิติของความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

จากแนวคิดการพัฒนาย่างยั่งยืนและมิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP (อ้างอิงใน Korez-Vide, 2013) และความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีความยั่งยืนและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวได้ในระยะยาว จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างมิติต่างๆ ที่นำไปสู่ความยั่งยืนดังนี้

2.1 ศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Viability)

ศักยภาพทางเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบที่สะท้อนความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และชุมชน เพื่อให้แน่ใจว่าชุมชนจะมีรายได้ในระยะยาวจากการท่องเที่ยวและจากอาชีพดั้งเดิม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะอยู่ในชุมชนได้อย่างยั่งยืนจึงต้องสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน กล่าวคือ ชุมชนจะมีรายได้ทางหนึ่งจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจากการเที่ยวชมและการบอกต่อของนักท่องเที่ยว (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558; นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558; พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558) ในขณะที่เดียวกันชุมชนต้องยังสามารถคงไว้ซึ่งรายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรืออาชีพดั้งเดิม และเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสนใจกับประสบการณ์อันแท้จริงเป็นสำคัญ (Wurzburger, 2008; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) ดังนั้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรืออาชีพดั้งเดิมจึงเป็นส่วนหนึ่งของความแท้จริงนั้น หรือกระทั่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย ชุมชนจึงยังคงมีรายได้หลักจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรืออาชีพดั้งเดิม ควบคู่กับรายได้ส่วนเพิ่มจากกิจกรรมใหม่ที่ถูกมองใหม่ในฐานะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยที่นักท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวทั้งรายได้จากการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ ซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในชุมชน ในขณะที่ทรัพยากร สถานที่ เครือข่ายและผู้คนในชุมชนมีบทบาทประกอบกันในการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน กิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิม รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในรูปแบบของกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน นอกจากนี้องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ ต่างมีความเกื้อหนุนให้ชุมชนมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ดีในระยะยาวด้วย

2.2 การจ้างงานที่มีคุณภาพ (Employment Quality)

การจ้างงานที่มีคุณภาพ เป็นองค์ประกอบที่สะท้อนให้เห็นถึงความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในทางหนึ่ง และในอีกทางหนึ่งก็สะท้อนความยั่งยืนทางสังคมด้วย เนื่องจากการจ้างงานได้สร้างทั้งการกระจายรายได้ให้คนในชุมชน และลดอัตราว่างงานของคนในชุมชนด้วย (รัชพงษ์ วงศาโรจน์, 2555) ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน (Carrying Capacity) (Richards, 2009) การจ้างงานที่เกิดขึ้นจึงจัดเป็น การจ้างงานที่มีคุณภาพ (Employment Quality) เนื่องจากเป็นการจ้างงานที่ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และไม่ทำลายขอบเขตทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนนั้นๆ โดยพบว่า นักท่องเที่ยว ทรัพยากร กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการจ้างงานที่มีคุณภาพโดยอาศัย คนในชุมชนหรือแหล่ง

ท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่เป็นทั้งนายจ้างและแรงงาน กล่าวคือ เมื่อมีกิจกรรม มีนักท่องเที่ยว และมีปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้คนในชุมชนจะสามารถประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อีกทางหนึ่งเพิ่มเติมจากอาชีพหรือหน้าที่ดั้งเดิมที่มีอยู่แล้วในชุมชน สอดคล้องกับเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีส่วนในการการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนเป็นการจูงใจให้ทำโดยเป็นไปตามวิถีชีวิตของชุมชน เหมือนได้สืบทอดวิถีแห่งความเป็นไทยได้ต่อไปอีก

2.3 ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological Diversity)

ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและใช้ชีวิตความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว (World Economic Forum [WEF], 2013) นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยบ่งชี้แนวโน้มความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่มีผลต่อความยั่งยืนของกิจกรรมในชีวิตประจำวันและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ซึ่งต้องพึ่งพาทรัพยากร ธรรมชาติต่อไปในอนาคต ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ดำเนินกิจกรรมอยู่ได้อย่างยั่งยืนจะต้องไม่ทำลายความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงไว้ซึ่งความน่าสนใจและทำให้ชุมชนยังสามารถดำเนินกิจกรรมที่มีความแท้จริงและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยว ผู้คน เครือข่ายทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน กิจกรรมสร้างสรรค์ และปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ จะมีส่วนช่วยในการรักษาและคงความหลากหลายทางชีวภาพของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนเอาไว้ สอดคล้องกับความเห็นของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้ง 3 หน่วยงาน (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558; นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558; พนักงานวางแผนงานวิจัย, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558) เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน และนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แท้จริง ดังนั้นกิจกรรมสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะไม่ทำลายความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันมิติของความยั่งยืนด้านอื่นๆ ได้แก่ การจ้างงานที่มีคุณภาพ ความสมบูรณ์ทางกายภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม ต่างก็เป็นปัจจัยที่มีส่วนเสริมแรงของความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวด้วย

2.4 การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency)

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเสมือนการรับรองต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจะสามารถมีทรัพยากรในการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว และใช้ไปในกิจกรรมอื่นในชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมดั้งเดิมทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืนหรือไม่ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อกิจกรรมที่หลากหลายของชุมชน เนื่องจากชุมชนไม่จำเป็นต้องทุ่มเททรัพยากรไปกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว เพราะนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป โดยใช้ประสบการณ์เดิมของนักท่องเที่ยวที่มีและเปลี่ยนแปลงไปในทุกครั้งที่มีการท่องเที่ยว (Richards และ Wilson, 2006) กอปรกับชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้จากรายได้หลักจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิม จึงไม่จำเป็นต้องทุ่มเททรัพยากรไปเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อหวังผลทางรายได้เพียงอย่างเดียว แต่สามารถจัดสรรและแบ่งปันทรัพยากรไปในกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชนด้วย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวคน เครือข่าย กิจกรรม และปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ต่างมีผลต่อความสมบูรณ์ขององค์ประกอบของความยั่งยืนในด้านนี้

2.5 ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม (Environment Purity)

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเกิดจากความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน โดยที่ชุมชนไม่จำเป็นต้องจัดสร้าง หรือพยายามแต่งเติมกิจกรรมจนส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเหมือนเช่นการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ผ่านมามาดังกล่าวไปแล้วข้างต้น แต่การเข้ามาของนักท่องเที่ยวเพียงหนึ่งคนก็หมายถึงการเปลี่ยนแปลงของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ต้องสามารถคงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมจะมาจากความสามารถในการจัดการกับมลภาวะที่เพิ่มขึ้นจากการมีนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งนี้นักท่องเที่ยว คนในแหล่งท่องเที่ยว เครือข่าย กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ จะมีบทบาทต่อความชัดเจนขององค์ประกอบของความยั่งยืนในประเด็นของความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน ในขณะที่เดียวกันองค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติความสมบูรณ์ทางกายภาพ และความร่ำรวยทางวัฒนธรรมก็มีส่วนเสริมความเข้มแข็งขององค์ประกอบในมิติความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมของชุมชนด้วยเช่นเดียวกัน

2.6 ความสมบูรณ์ทางกายภาพ (Physical Integrity)

ความสมบูรณ์ทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเติมเต็มความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (World Economic Forum [WEF], 2013; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ดังนั้นชุมชนอาจต้องมีการพัฒนาความสมบูรณ์ทางกาย ซึ่งหมายรวมถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ที่มนุษย์ได้ทำให้มีขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นอาคารที่พัก อุปกรณ์ สื่อประชาสัมพันธ์ สาธารณูปโภค หรือรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เท่าที่จำเป็นบนพื้นฐานของความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งปรากฏรวมอยู่ในรูปของสถานที่และทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับการให้ความเห็นของเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) และนักพัฒนาการท่องเที่ยว (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558) ที่กล่าวว่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความยั่งยืน โดยพบว่า ความสมบูรณ์หรือความจำเป็นของสิ่งทางกายภาพเหล่านั้นเกิดขึ้นจากกิจกรรมหรือกระบวนการสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันหลัก ในขณะที่เครือข่ายจะมีบทบาทสำคัญในการผลักดันหรือกีดกันการพัฒนาทางกายภาพนั้นโดยพิจารณาจากความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสำคัญ และรัฐจะมีบทบาทเมื่อเครือข่ายของชุมชนต้องการให้มีการพัฒนาทางกายภาพที่ต้องใช้เงินลงทุนหรือเกินความสามารถของชุมชนที่จะดำเนินการเองได้

“... แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ต้องอาศัยปัจจัยร่วมกันหลายด้านเช่น คักยภาพและความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การตระหนักถึงความสำคัญและการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น”

(เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558)

“ในขณะที่กระทรวงฯ จะทำหน้าที่ในการสนับสนุนชุมชนในเรื่องการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านการตลาด การบริหารความรู้ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนในระยะยาว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์”

(นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

2.7 ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม (Cultural Richness)

ความร่ำรวยทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบของความยั่งยืนที่สำคัญ โดยเฉพาะกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีพื้นฐานมาจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการเติมเต็มความต้องการและสร้างความพึงพอใจ และการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย (World Economic Forum [WEF], 2013; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่แท้จริงที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการลงมือทำ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นเสมือนกลไกในการสืบสานความร่ำรวยทางวัฒนธรรมของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วย ดังนั้นนักท่องเที่ยว คน เครือข่าย ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา กิจกรรมสร้างสรรค์ และปฏิสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์จะมีส่วนในการคงไว้หรือเพิ่มพูนความร่ำรวยทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน สอดคล้องกับเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) ที่กล่าวว่านอกจากรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว ก็เหมือนได้สืบทอดวิถีแห่งความเป็นไทยต่อไปอีก

2.8 ความเท่าเทียมกันทางสังคม (Social Equity)

ความเท่าเทียมกันทางสังคมเป็นองค์ประกอบของความยั่งยืนที่จะช่วยจูงใจให้เกิดการร่วมมือกันของคนในชุมชน อันส่งผลต่อความยั่งยืนของกิจกรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องสามารถสร้างความเท่าเทียมทางสังคมให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวด้วยจึงจะส่งเสริมความยั่งยืนซึ่งกันและกัน โดยต้องเป็นความเท่าเทียมทางสังคมทั้งภายในและภายนอกชุมชน ทั้งในเรื่องการกระจายตัวของรายได้ การพัฒนาและโอกาสในการเข้าถึงสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่พัฒนาขึ้นอย่างเหมาะสม (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) โดยพบว่าผู้คน เครือข่าย กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ระหว่างคนในชุมชน (รัฐในบางกรณี) และองค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติศักยภาพทางเศรษฐกิจ การจ้างงานที่มีคุณภาพ ความสมบูรณ์ทางกายภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และความรุ่งเรืองของชุมชน มีส่วนเกื้อหนุนให้เกิดความเท่าเทียมกันทางสังคมด้วย

2.9 คุณภาพชีวิตที่ดี (Community Well-being)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ดำเนินกิจกรรมได้อย่างยั่งยืนในชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ผู้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งทางกายและใจ เพื่อให้ผู้คนในชุมชนมีความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมในกระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในชุมชน ตามที่เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวสร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ทำให้ความยั่งยืนเกิดขึ้นในชุมชนได้เพราะชุมชนทำแล้วมีรายได้ ก็ตั้งใจให้ทำ โดยนอกจากสามารถยกระดับรายได้ให้กับชุมชน แล้วยังสามารถเพิ่มระดับความอยู่ดีมีสุขของชุมชนด้วย โดยพบว่า เครือข่าย ทรัพยากร สถานที่ กิจกรรมสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ และนักท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีส่วนผลักดันให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากเครือข่ายที่เข้มแข็ง ทรัพยากรที่เพียงพอ สถานที่ที่เหมาะสม ปฏิสัมพันธ์ที่เป็นมิตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ และนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งที่มาของรายได้ ในขณะที่รัฐมีบทบาทต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนจากการให้ความดูแลในฐานะผู้สังเกตการณ์และผู้สนับสนุน นอกจากนี้องค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติของการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ การจ้างงานที่มีคุณภาพ ความสมบูรณ์ทางกายภาพ ความเท่าเทียมทางสังคม ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพ ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม ต่างเป็นปัจจัยเกื้อหนุนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และชุมชนในมิติของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วย

2.10 กระบวนการควบคุมภายใน (Local Control)

กระบวนการควบคุมภายในเป็นองค์ประกอบที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวยังอยู่ในขอบเขตของความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน ในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถเติมเต็มความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน กระบวนการควบคุมภายในจึงมีความสำคัญมากต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความยั่งยืนของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว โดยเครือข่ายและคนในชุมชนเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญต่อความเข้มแข็งขององค์ประกอบของความยั่งยืนในประเด็นนี้ (เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558; นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

2.11 ความรุ่งเรืองโดยพร้อมของชุมชน (Local Prosperity)

ความรุ่งเรืองโดยพร้อมของชุมชนเป็นองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นผลจากองค์ประกอบของความยั่งยืนทั้ง 10 ด้านข้างต้น โดยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนต้องสามารถสร้างความรุ่งเรืองโดยพร้อมให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว และเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ทุกส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้แก่

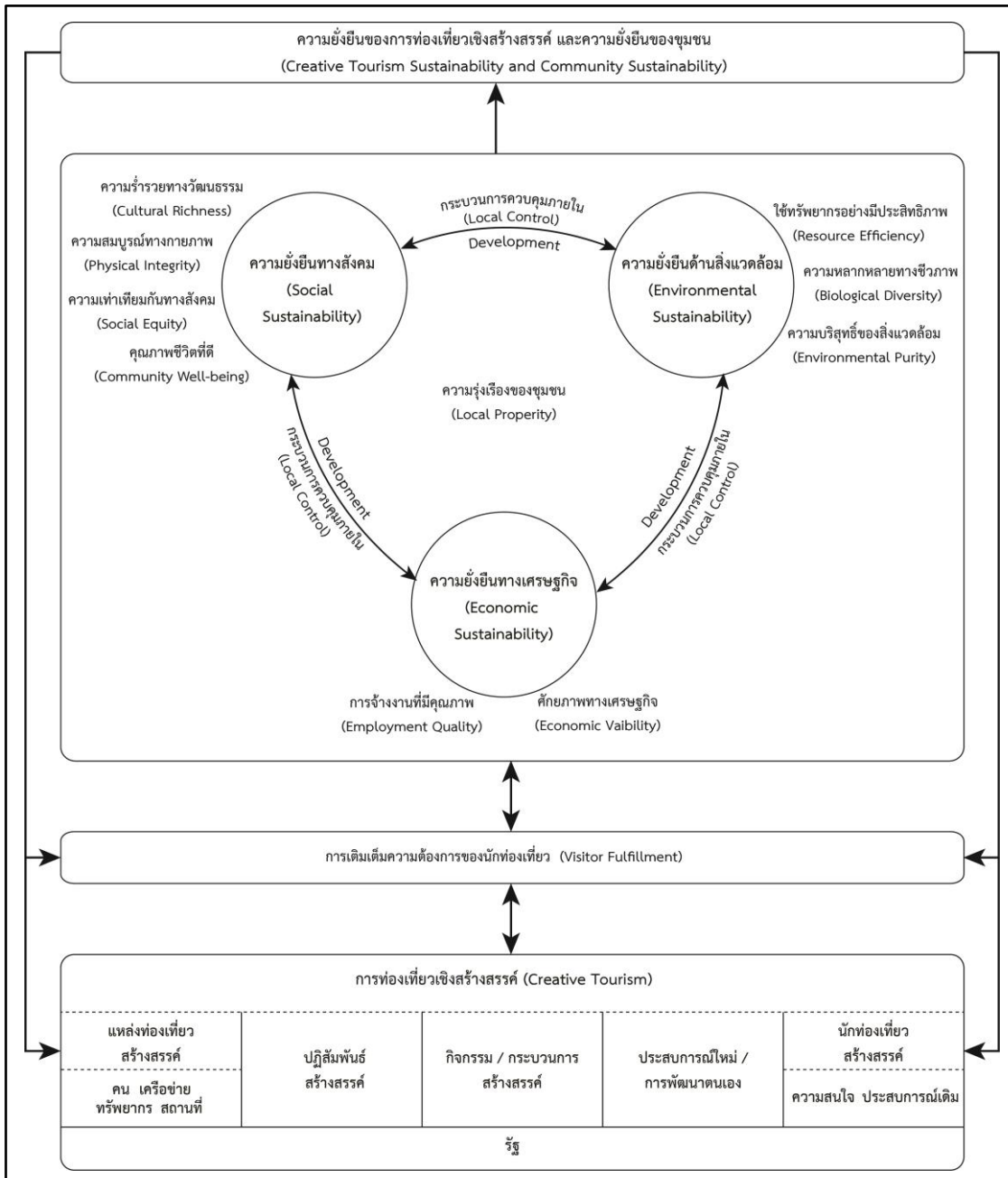
นักท่องเที่ยว คน เครือข่าย ทรัพยากร สถานที่ กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ และรัฐต่างมีบทบาทต่อการสร้างความรุ่งเรืองของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2.12 การเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยว (Visitor Fulfillment)

การเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย ทั้งนี้เป็นทั้งต้นทางและปลายทางขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นของความยั่งยืนเนื่องจากเป็นที่มาของรายได้จากการท่องเที่ยว จากความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน (Kozark และ Rimmington, 2000) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและวัดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (World Economic Forum [WEF], 2013; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ทั้งนี้นอกจากความสามารถในการเติมเต็มความต้องการหลักของนักท่องเที่ยวในประเด็นประสบการณ์ที่ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องการการเติมเต็มความต้องการในมิติอื่นๆ ด้วย เช่น ความปลอดภัย การมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ความคุ้มค่าด้านราคา เป็นต้น (World Economic Forum [WEF], 2013; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ในขณะเดียวกันองค์ประกอบของความยั่งยืนอื่นอีก 11 ด้านก็ส่งผลต่อความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวเช่นกัน เป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปไม่รู้จบอย่างเป็นวัฏจักร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปตัวแบบขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ในภาพที่ 15

ภาพที่ 15 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา: ผู้วิจัย, 2558 (พัฒนาจาก UNWTO และ UNEP อ้างถึงใน Korez-Vide, 2013 และผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยในระดับนโยบายและระดับพื้นที่, 2558)

4.2.2 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยเพื่อตีความสร้างข้อสรุปเชิงเปรียบเทียบโดยอ้างอิงตัวแบบองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ภาพที่ 15) ดังที่ได้กล่าวรายละเอียดแล้วในหัวข้อที่ผ่านมา ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แต่ละด้านได้ดังนี้

4.2.2.1 ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม

1. นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงจากการได้ลงมือทำในสิ่งเดียวกับสิ่งที่คนในชุมชนทำเป็นประจำ และเห็นความสำคัญของคุณค่าของกิจกรรมและการมีอยู่ของทรัพยากรของชุมชนที่สร้างกิจกรรมหรือกระบวนการที่น่าสนใจให้กับชุมชนจากความเข้าใจที่มีต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่กลับพบว่านักท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาส่วนใหญ่ไม่รู้จักรักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาก่อน ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางคนเคยเห็นหรือเคยได้ยินคำนี้ แต่ไม่แน่ใจว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบใด อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวบางคนพยายามให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความเข้าใจของตนเองว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติ (นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (หนึ่ง), สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557) หรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปะ หรือวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง (สอง), สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557) และนักท่องเที่ยวบางคนเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาก่อนแต่ไม่ทราบว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“เคยเห็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเว็บไซต์ แต่ไม่ทราบรายละเอียด โดยส่วนตัวเข้าใจว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ก็ไม่แน่ใจว่าเป็นอย่างไร”

นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ผมเพิ่งเคยได้ยินคำว่ากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นครั้งแรก จะมีที่เคยได้ยินใกล้เคียงมาก็พวกเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คิดว่าแนวทางมันก็คงไม่ต่างกันมากนัก แต่ถ้าถามให้ตอบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างกันอย่างไร ผมก็ไม่กล้าตอบ เพราะผมไม่รู้ว่าการท่องเที่ยวที่ผมรู้จักแบบไหนคือการท่องเที่ยววัฒนธรรมบ้าง แบบไหนคือการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในฐานะนักท่องเที่ยวผมไม่สนใจว่ามันจะเป็นการท่องเที่ยวแบบไหน ผมสนใจแค่จะไปเที่ยวที่นั่นแล้วผมตอบความต้องการในการไปเที่ยวของผมในแต่ละครั้งได้หรือไม่”

นักท่องเที่ยวเพศชาย จากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“การท่องเที่ยวในอัมพวาส่วนใหญ่น่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะอัมพวาคือการขายเสน่ห์ คือการขายงานอาร์ตๆ (Art) ขายความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“นักท่องเที่ยวที่เข้ามาที่นี่ไม่น่าจะรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ถ้าถามว่ามาที่นี่มีกิจกรรมอะไรให้ทำบ้าง อันนี้นักท่องเที่ยวน่าจะรู้ โดยเฉพาะนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติชอบมาที่นี่ มาป็นเก็บมะพร้าว ทำน้ำตาลมะพร้าว ทำขนม เหวียงแห ตกปลา เดินผ่านตรงไหนก็ขอทำทุกกิจกรรมคงเห็นเป็นเรื่องแปลก ต่างจากนักท่องเที่ยวไทยที่จะไม่ค่อยออกนอกกิจกรรมที่จัดไว้ให้”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ขณะที่ในมิติของความสนใจต่อกิจกรรมและประสบการณ์ที่จะได้รับ นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาต้องการได้รับประสบการณ์ในแบบที่มีความเรียบง่าย เนียบช้า ไกลซ์วัฒนธรรมชาติ และมีกลิ่นอายของวิถีชีวิตชนบทของคนในอดีต มีความสนใจในกิจกรรมที่ได้เรียนรู้ และลงมือทำ ควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ทั่วไป เช่น กิจกรรมการถ่ายรูป การเดินซื้อของ หรือการเยี่ยมชมทัศนียภาพของอัมพวา เป็นต้น ซึ่งสะท้อนจากการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาดังต่อไปนี้

“ปกติไปเที่ยวก็เพราะอยากพักผ่อน ที่มาอัมพวาเพราะใกล้กรุงเทพฯ สโลว์ไลฟ์ (Slow Life) ไม่วุ่นวาย อยากปล่อยชีวิตนิ่งๆ มาชาร์ตแบต สูดอากาศ ... ส่วนการท่องเที่ยวแบบนี้น่าจะเหมาะกับการมาเป็นครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกันในวันหยุดยาวๆ ... กิจกรรมของที่นี่ที่ยังนึกไม่ออก แต่เคยเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติลองทำผ้าบาติกที่ภูเก็ท ทำร่มบ่อสร้างที่เชียงใหม่”

นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“มาเที่ยวอัมพวา ก็เพราะนึกถึงสถานที่เก่าๆ ไว้ถ่ายรูป เดินเที่ยวเล่น เฮฮากับเพื่อนๆ อะไรแบบนี้ ถ้ามีกิจกรรมต้องเป็นกิจกรรมที่สนุก ทำทาย”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“มาเที่ยวอัมพวา เพราะต้องการบรรยากาศดีๆ ไม่เร่งรีบ มีความเป็นธรรมชาติ มีกิจกรรมให้ทำหลายอย่าง มีกิจกรรมได้แต่ต้องแบบสั้นทนาการด้วย”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (สาม)

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“แถวๆ นี้ยังไม่เคยไป แต่เคยไปดอนหอยหลอดก็สนุกไปอีกแบบ ได้ลองทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ ได้รู้ว่าเค้าเก็บหอยหลอดกันแบบไหน กิจกรรมแบบนี้เหมาะกับคนที่ชอบเรียนรู้ แต่กิจกรรมเหล่านี้ควรเป็นออปชั่น (Option) เสริมให้กับแหล่งท่องเที่ยว คือใครจะทำหรือใครจะไม่ทำก็ได้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่สามารถมีออปชั่นนี้ให้กับนักท่องเที่ยว หรือบางแห่งก็มีกิจกรรมแบบนี้มานานแล้ว”

นักท่องเที่ยวเพศชาย จากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

2. ผู้คนหรือสมาชิกของชุมชน

ผู้คนหรือสมาชิกของชุมชนอัมพวา ส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีเพียงเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บ้าง ในขณะที่ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนของสมาชิกแต่ละคนมีระดับความเข้าใจที่แตกต่างกันไปจนถึงไม่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเลย ซึ่งไม่สอดคล้องกับลักษณะของส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความยั่งยืนตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

“ไม่แน่ใจว่าคืออะไร”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนต์ลายพิเศษหญิง

จากจังหวัดไถ่เคียง อายุประมาณ 25 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ที่นี่ได้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยจริงๆ ตอนแรกก็ไม่รู้หรอกว่าเป็นอะไร แต่มีคนของการท่องเที่ยว มาบอกว่า ที่นี่เข้าช่วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ทำเอกสารส่งไปประกวดที่กรุงเทพฯ ส่งไปก็หายเงียบไปนาน แล้วก็มีคนโทรมาให้ไปรับรางวัล ว่าเราได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตอนไปรับรางวัลยังไม่ทราบเลยว่าคืออะไร แต่ก็ไปคุยไปถามที่งานว่ามันเป็นอะไรถึงได้รู้ว่า คือการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำเองทั้งทำน้ำตาลมะพร้าว เครื่องจักสาน แต่จริงๆ ที่นี่ทำมานานแล้ว ก่อนที่จะมีอัมพวาเสียอีก”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

“ยายไม่รู้หรอกว่าการท่องเที่ยวอะไรนั่นคืออะไร แต่ยายชอบที่มีคนเข้ามาเที่ยว ยายจะได้มีงานทำ มีเพื่อน ... ยายทำขนมไทยขายมานาน พวกขนมไทย ใส้ไส้ ขนมครก ขนมต้ม ก็ใช้มะพร้าว ใช้กะทิที่ปลูกในสวนเองนั่นแหละ”

ยายขนม (นามสมมติ)
(สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557)

“คนที่มาให้ความรู้เป็นคนในพื้นที่ที่มีฝีมือในการทำขนมไทย บางคนก็มีอาชีพทำสิ่งประดิษฐ์จากส่วนประกอบของมะพร้าวเลี้ยงชีพมานานแล้ว บางท่านก็ได้รับยกย่องให้เป็นปราชญ์ชาวบ้าน”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

“หนูรู้แค่ว่ามีกิจกรรมอะไรให้ทำบ้าง แต่เรื่องวิธีการทำน้ำตาล ทำหมวกสานหนูไม่รู้ว่าจะทำยังไง แต่คนที่เค้าสอนให้ทำเค้ารู้ละ ”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

3. เครือข่าย

เครือข่ายภายในชุมชนพบว่า ชุมชนอัมพวา มีการรวมกลุ่มความร่วมมือหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มชมรมแพลงลอย กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากคนในพื้นที่แต่ดั้งเดิม โดยแต่ละกลุ่มมีความร่วมมือที่เข้มแข็ง

ยังมีความน่าสนใจและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีพื้นฐานมาจากการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของชุมชนจากกิจกรรมของชุมชนที่มีอยู่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำ ทั้งนี้จะได้อธิบายลักษณะของทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนอัมพวาในหัวข้อมิติของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (หัวข้อ 4.2.2.2) ในด้านความหลากหลายทางชีวภาพและความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรทางวัฒนธรรมทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชนอัมพวาโดยละเอียดต่อไป

5. สถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนอัมพวาประกอบด้วยตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ บ้านครูเอื้อ จุดขึ้นเรือชมหิ่งห้อยและไหว้พระ 9 วัด ร้านค้าร้านอาหาร ที่พักแรมและโฮมสเตย์ที่เป็นที่รู้จัก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างแรงบันดาลใจที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทยด้วย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีเพียงโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเท่านั้นที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับที่ได้ลงมือทำเช่นเดียวกับคนในชุมชนตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภาพที่ 16 ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา

ตลาดน้ำอัมพวา (ซ้าย) เส้นทางไหว้พระ 9 วัด (กลาง) บ้านครูเอื้อสุนทรภรณ์ (ขวา)



ที่มา : (ภาพซ้าย และภาพกลาง) ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

(ภาพขวา) ภาพจาก painaidii.com

โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ตั้งอยู่บริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาแบ่งพื้นที่ให้บริการท่องเที่ยว 4 ส่วนคือ พื้นที่สวนชัยพัฒนานุรักษ์ ห้องนิทรรศการชัยพัฒนานุรักษ์ ร้านค้าชุมชนของโครงการฯ และร้านชานชาลาซึ่งให้บริการนักท่องเที่ยวทุกวันที่มีตลาดน้ำ ในขณะที่ลานวัฒนธรรมนาคะวะรังค์และลานสวนชัยพัฒนานุรักษ์ จะเป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมจากการลงมือทำกิจกรรมต่างๆ ที่จัดแสดง เมื่อมีงานเทศกาลหรือมีนิทรรศการที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาห่างจากตลาดน้ำประมาณ 5 กิโลเมตร โดยการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวทำได้ยากนักท่องเที่ยวต้องมีรถโดยสารส่วนบุคคล หรือต้องจ้างเหมาบริการขนส่งสาธารณะทางบกหรือทางน้ำจึงจะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งนี้ได้ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ซ่อนตัวอยู่ริมคลองผีหลอกห่างจากถนนหลักพอสมควร ทางเข้ามีขนาดเล็ก ถนนแคบ และมองเห็นได้ยาก อีกทั้งป้ายบอกทางยังมีขนาดเล็กและเห็นได้ไม่ชัดเจน อยู่ลึกเข้าไปในสวนผลไม้ และต้องผ่านพื้นที่ของสำนักสงฆ์ (ภาพที่ 17) ซึ่งหากนักท่องเที่ยวหาจุดที่ไม่ได้ค้นหาข้อมูลหรือเจาะจงมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนอาจไม่ทราบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในพื้นที่ โดยแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ที่แบ่งแยกห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวออกจากตัวบ้านของเจ้าของ แต่ยังคงอยู่ในพื้นที่สวนละแวกเดียวกัน มีบริการอาหารแบบพื้นบ้านง่ายๆ เหมือนที่เจ้าบ้านรับประทาน มีมุขชายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านอยู่ที่ลานหรือศาลากลางของโฮมสเตย์ และมีซุ้มหรือฐานการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านและการผลิตผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นกระจายตัวอยู่ใกล้ๆ กับที่พัก (ภาพที่ 18) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือทำกิจกรรมเดียวกับคนในชุมชน

ภาพที่ 17 ลักษณะเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 18 บรรยากาศโดยรอบภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

6. กิจกรรมหรือกระบวนการสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ และ
ประสบการณ์ใหม่และการพัฒนาตนเอง

การอธิบายลักษณะส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา 3 ส่วนคือ กิจกรรมหรือกระบวนการสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ และประสบการณ์ใหม่และการพัฒนาตนเองนั้น ได้ทำการอธิบายไว้รวมกันดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการลงพื้นที่ชุมชนอัมพวาเพื่อทำความเข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา พบว่า ตลาดน้ำยามเย็นซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของชุมชนอัมพวานั้น นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสรับประสบการณ์จากการชื่นชมสถาปัตยกรรมของบ้านเรือนริมคลองอัมพวาในอดีตที่ยังพอมิให้เห็นอยู่บ้างจากภายนอก แต่ปัจจุบันลดหรือขาดกลิ่นอายของวิถีชีวิตหรือความเป็นอยู่ของผู้คน เนื่องจากอาคารบ้านเรือนโดยรอบเกือบทั้งหมดถูกเปลี่ยนให้เป็นร้านค้าขายสินค้าการท่องเที่ยว หรืออาหารและเครื่องดื่มตามสมัยนิยมเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว บางช่วงของห้องแถวริมน้ำก็ถูกรื้อทิ้งเพื่อเปลี่ยนให้เป็นย่านการค้า ร้านอาหาร หรือบริการที่พักที่มีสถาปัตยกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ภาพที่ 20) ดังนั้นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากตลาดน้ำยามเย็นจึงเป็นเพียงการพักผ่อนหย่อนใจ เลือกรับประทานอาหาร เลือกซื้อสินค้าการท่องเที่ยวร่วมสมัย สินค้าท้องถิ่น รับบริการนวดสปา นั่งเรือชมทิวทัศน์ ถ่ายภาพความประทับใจ หรือเลือกพักค้างแรมในโฮมสเตย์หรือในโรงแรมที่พักสมัยใหม่ (ภาพที่ 21) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับชุมชนในระดับต่ำมาก แม้นักท่องเที่ยวจะเลือกพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์ แต่โฮมสเตย์ในย่านตลาดน้ำฯ ก็ให้บริการเพียงที่พักและบริการที่เติมเต็มความต้องการจากการโยกหา

อดีตของนักท่องเที่ยว โดยไม่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำหรือแลกเปลี่ยนทางความคิดร่วมกับคนในชุมชน แม้ในงานประเพณีลอยกระทงซึ่งตลาดน้ำอัมพวามีการจัดงานลอยกระทงสายกาบกล้วยเป็นประจำทุกปี ที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลอยกระทงสายกาบกล้วยเสมือนว่าได้ทำเช่นเดียวกับคนในชุมชน แต่หากพิจารณาแล้วจะพบว่าเป็นเพียงกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่านั้น โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความรู้ความเข้าใจ หรือมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว ณ ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา หรือมีระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวแบบ Mass customization ซึ่งไม่เพียงพอต่อการจัดให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“ทุกปีที่มีลอยกระทงสายกาบกล้วย นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลอยกระทงสายกาบกล้วยกับชาวบ้านได้ มีทั้งกระทงกาบกล้วย กระทงใบตองขายให้นักท่องเที่ยวได้ลอยด้วยกัน”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ภาพที่ 19 บ้านเรือนริมคลองอัมพวาที่ยังเหลือเค้าโครงดั้งเดิมจากภายนอก



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 20 บ้านเรือนริมคลองอัมพวาที่ถูกเปลี่ยนรูปเพื่อรองรับการท่องเที่ยว



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 21 ตัวอย่างธุรกิจ บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

อย่างไรก็ตามบริเวณตลาดน้ำอัมพวานี้ มีแหล่งรับประสบการณ์ที่มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บ้าง คือ บริเวณพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ ซึ่งมีพื้นที่ในการจัดแสดงความเป็นมาของอัมพวา พันธุ์ผลไม้ดั้งเดิม รวมถึงลานวัฒนธรรมนาคะวะรังค์และลานสวนชัยพัฒนานุรักษ์ ซึ่งใช้เป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรมเพื่อให้คนในชุมชนจัดแสดงการสาธิตกระบวนการในการผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น เครื่องจักสาน น้ำตาลมะพร้าว อาหารและขนมไทย และการละเล่นพื้นบ้านต่างๆ เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมกับชุมชนด้วยการทดลองทำขนมไทย เครื่องจักสาน น้ำตาลมะพร้าว ฯลฯ (ภาพที่ 22) ตามแต่ว่าในนิทรรศการครั้งนั้นจะมีการสาธิตในเรื่องใด อย่างไรก็ตามการจัดแสดงเหล่านี้ไม่ได้จัดให้มีขึ้นทุกวัน แต่จะมีการจัดแสดงในวันสำคัญหรือวันที่มีกิจกรรมพิเศษที่หน่วยงานในพื้นที่จัดขึ้น ประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่

โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ในวันที่มีการจัดงาน จึงเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับชุมชน ในลักษณะ Workshop & Crowdsourcing ซึ่งผู้ส่งมอบประสบการณ์มาร่วมตัวกันในสถานที่หนึ่ง และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้เท่าที่จัดไว้ให้เท่านั้น นอกจากนี้โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ยังมีการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว สิบอย่างช่างไทยในแม่กลอง แต่จากรายละเอียดการเดินทาง (ภาพที่ 23) นี้พบว่า นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมเพียงการเยี่ยมชมศิลปะของช่างสิบหมู่ของไทย เท่านั้น เส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวแบบ Mass Customization ซึ่งไม่จัดไว้ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภาพที่ 22 กิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์



ที่มา: ภาพจาก amphawanurak.com

ภาพที่ 23 โปรแกรมการท่องเที่ยว สิบอย่างช่างไทยในแม่กลอง

โปรแกรม สิบอย่างช่างไทยในแม่กลอง

เส้นทาง สิบอย่างช่างไทยในแม่กลอง เป็นอีกหนึ่งการเดินทางที่จะพาทุกท่านไปพบกับศิลปะการรังสรรค์ สถาปัตยกรรมอันเป็นมรดกล้ำค่าจากบรรพชน โดยเทียบจากงานช่างสิบหมู่อันเป็นวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของไทย 10 แขนง ได้แก่ ช่างเขียน ช่างแกะ ช่างสลัก ช่างกลึง ช่างหล่อ ช่างปั้น ช่างหุ่น ช่างรัก ช่างบุ และช่างปูน

รายการเดินทาง

- 10.00 น. ออกเดินทางจากโครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ ชมอุโบสถ วัดบางพลับ ที่มีลักษณะ ตกห้อง สำเนา ตามคติความเชื่อของ ช่างปูน มีแก่นอย่างไรได้รู้ที่นี้
- 11.00 น. ดั้นด้นกับความวิจิตรของครุสมพร เกศแก้ว ช่างแกะ ที่แกะกะลาได้อ่อนช้อย หาใครเทียม
- 12.00 น. บริการอาหารกลางวัน (2) ณ ร้านเรือนวาริ
- 13.00 น. มุ่งหน้าสู่ วัดบางแคน้อย ชมโบสถ์ไม้แกะสลักทั้งหลัง ที่สุดความอลังการโดย ช่างสลัก
- 13.20 น. ชมจิตรกรรมฝาผนัง วัดบางแคใหญ่ ตามลักษณะ ช่างเขียน พระอุโบสถหลังใหญ่อายุกว่า 150 ปี ด้านหน้ามีเจดีย์เหลี่ยมย่อมุมสิบสองศิลปะสมัยกรุงศรีอยุธยา
- 14.00 น. ชมการตีแม่โลหะตามกลวิธี ช่างบุ เช่นพระพุทธรูปเงินที่พิพิธภัณฑ์ วัฒนรัตนทรภักดิ์ทอง ริมแม่น้ำแม่กลอง
- 14.30 น. ชมชอสามสายงาช้างเก่าแก่ มรดกสำคัญจากอ.วันเพ็ญ (เทพโกษา) เกตุสกุล ผลงาน ช่างกลึง ที่งดงามข้ามกาลเวลา
- 15.00 น. ด้วยแรงศรัทธาจาก ช่างปั้น รังสรรค์ผลงานจิตรกรรมฝาผนังปูนปั้นนูนต่ำ ณ วิหารรอยพระพุทธบาท วัดบางกะพ้อม พร้อมกราบนมัสการรูปหล่อหลวงพ่อดังผู้โด่งดัง มีมือช่างหล่อที่หาดูจับอวยาก
- 16.00 น. เยี่ยมครูดาบทิพย์ แก้วดวงใหญ่ ทายาทคนเดียวที่เหลืออยู่ของคุณพระเทพพนด ช่างทำหัวโขนหลวง ในพระราชสำนัก ร.6 เพื่อศึกษาเรื่องราวของ ช่างหุ่น
- 16.30 น. มุ่งหน้าสู่ วัดจุฬามณี สักการะพระหลวงพ่อบึงที่ศักดิ์สิทธิ์ ภายในศาลาไทยตกแต่งลายรดน้ำ มีมือช่างรัก อันล้ำค่า
- 17.00 น. กลับถึงโครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ พักผ่อนตามอัธยาศัย

ที่มา: ภาพจาก amphawanurak.com

นอกจากการท่องเที่ยวริมคลองอัมพวาแล้ว ชุมชนอัมพวายังมีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น การล่องเรือไหว้พระ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชนมไทย ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพียงการเยี่ยมชม หรือมีส่วนร่วมในระดับ Mass customization และนอกจากการวิเคราะห์กิจกรรมหรือการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้วิจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว นักท่องเที่ยวบางส่วนก็ได้แสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของอัมพวาไว้ด้วยดังนี้

“ผมมาที่นี่เป็นครั้งที่สอง ส่วนใหญ่ก็เดินเที่ยว กิน ถ่ายรูปเล่นกับเพื่อน หรือแบบที่ไปนอนค้างในโฮมสเตย์แบบนั้นหรือเปล่า ถ้าไม่ใช่ผมก็นึกไม่ออกแล้วจริงๆ”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (สาม)
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“นั่งเรือไหว้พระ นั่งเรือชมหิ่งห้อย เช่าจักรยานปั่นรอบอัมพวา”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“การไหว้พระ 9 วัน โดยใช้เรือแบบคนที่นี่ หรือถ้าไกลออกไปหน่อยก็กิจกรรมเก็บหอย ปลุกป่าชายเลน แฉวๆ ปากอ่าว ชายฝั่งทะเล หรือการหยอดหอยหลอดแบบนั้น”

นักท่องเที่ยวเพศชาย จากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“พวกที่ไปเที่ยวนอนโฮมสเตย์ ก็มีกิจกรรมตกบาตรทางน้ำ เข้าสวนลื่นจีบ่าง ไปพายเรือบ้าง ไปทำน้ำตาลบ้าง หรือถ้าโฮมสเตย์ที่ทำประมงทางปากอ่าวมีให้เก็บหอยแครง หอยนางรม ปลุกป่าชายเลน แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ไปดูไปพักไปคุยกับคนทำมากกว่า ที่ไปแล้วทำจริงๆ มีไม่มากนัก”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ตอนกลางวันก็นั่งเรือไปไหว้พระ ตอนกลางคืนก็นั่งเรือดูหิ่งห้อย ดูลิงก่อสร้างริมน้ำ แล้วก็มีเดินเที่ยว นวด ปั่นจักรยาน พักรีสอร์ท กินข้าว ซั๊อของอัมพวาของทะเล”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ในขณะที่กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาประกอบด้วยกิจกรรมการทำขนมไทยพื้นบ้าน (ขนมต้ม ขนมใส่ไส้) ฐานจักสาน ฐานประดิษฐ์กะลา ฐานทำน้ำตาลมะพร้าว เป็นต้น อย่างไรก็ตามฐานการสาธิตนี้ไม่ได้มีบริการสาธิตหรือให้การเรียนรู้ไว้บริการทุกวันแต่จะมีไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ติดต่อเข้ามาล่วงหน้าและต้องมีจำนวนไม่ต่ำกว่ากลุ่มละ 10 คน (เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557) ทั้งนี้จากการพูดคุยกับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งนี้มีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำเช่นเดียวกับคนในชุมชนได้แก่ กิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว กิจกรรมการทำขนมไทย การทำเครื่องจักสานและสิ่งประดิษฐ์จากส่วนประกอบของต้นมะพร้าว โดยนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมในวันที่มีคณะทัศนศึกษา สามารถเข้าร่วมเรียนรู้กับกลุ่มผู้มาทัศนศึกษาได้ แต่หากไม่มีกลุ่มทัศนศึกษา ก็จะมีกิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าวที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้รวมถึงทดลองทำด้วยตนเองได้เกือบทุกวัน ยกเว้นวันที่ชุมชนมีกิจกรรมหรือวันที่มีการจัดเทศกาลต่างๆ

ภาพที่ 24 ฐานกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา
การทำขนมไทย (ซ้าย) การทำน้ำตาลมะพร้าว (กลาง) การประดิษฐ์จากส่วนประกอบ
ของต้นมะพร้าว (ขวา)



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

“กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของที่นี่ คือ กิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว แต่ที่นี่ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำหลายอย่างทั้งการทำขนมไทย ซึ่งใช้น้ำตาลมะพร้าวเป็นส่วนประกอบ เช่น ขนมต้ม ขนมใส่ไส้ นอกจากนี้ก็มีการทำเครื่องจักสานง่ายๆ จากใบมะพร้าว เช่น หมวก กระเป๋า หรือการทำสิ่งประดิษฐ์จากกะลามะพร้าว”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

นอกจากกิจกรรมทำน้ำตาลมะพร้าวที่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ และฐานการเรียนรู้การทำขนมไทย การทำสิ่งประดิษฐ์จากกะลามะพร้าวตามที่ได้ข้อมูลจากเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวาแล้ว ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นกิจกรรมในช่วงเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ คือ การทอดกฐินทางน้ำ ซึ่งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนเป็นแกนนำในการสืบทอดประเพณีของชุมชนริมน้ำ ซึ่งหากนักท่องเที่ยวมาพักหรือมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งนี้ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและชาวบ้านที่เข้าร่วมงานจะชักชวนให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมและล่องเรือไปจนถึงวัดที่รับกฐินในปีนั้นด้วย ทั้งนี้กิจกรรมการทอดกฐินทางน้ำเป็นประเพณีที่ชาวอัมพวาสืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ

ภาพที่ 25 เทศกาลทอดกฐินทางน้ำของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2557

7. รัฐ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสมาชิกของชุมชนอัมพวาพบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวามีส่วนร่วมในการส่งเสริมความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของชุมชนไม่มากนัก โดยเฉพาะเมื่อชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว หรือเมื่อชุมชนต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนในการจัดเทศกาลทอดกฐินทางน้ำ การเป็นหน่วยงานกลางในการกำหนดกฎเกณฑ์หรือความร่วมมือระหว่างเครือข่ายต่างๆ ในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การทอดกฐินทางน้ำ ซึ่งแม้ ททท. จะมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม แต่ไม่ประสบความสำเร็จและไม่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องจากที่ผ่านมามีการ

สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่องและไม่ได้สนับสนุนอย่างจริงจัง ส่วนใหญ่เป็นการร่วมมือกันของคนในท้องถิ่นที่ต้องการสืบทอดประเพณีของชุมชนต่อไป (เจ้าอาวาสวัดแห่งหนึ่งของชุมชนอัมพวา, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557)

“ถ้าคนมาเที่ยวเยอะขึ้น ทางภาครัฐเค้าก็จะได้มาช่วยเหลือเรามากขึ้น มาพัฒนาให้มันจริงจังมากขึ้น ชุมชนของเราก็จะเจริญขึ้น แต่ทุกวันนี้มันก็ไม่ได้เท่านี้ เพราะเค้าไม่ลงมาพัฒนาอย่างจริงจัง ทั้งๆ ที่ควรเป็นหน้าที่ของเค้า แต่ถ้าเค้าไม่ทำเราก็คงทำหน้าที่ของเราให้ดีที่สุด วัตถุประสงค์กับชุมชนก็ช่วยกันพัฒนาและสืบทอดประเพณีเท่าที่เราทำได้นั้นแหละ”

เจ้าอาวาสวัดแห่งหนึ่งของชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557)

“แต่กว่าจะได้ข้อตกลงนี้ ชาวบ้านแถวนี้ได้รับผลกระทบมาก ต้องออกแรงกันมากไปร้องเรียนหน่วยงานต่างๆ แต่ก็เหมือนไม่ได้รับความช่วยเหลือเท่าที่ควร ... พี่ก็อยากให้มีคนมาส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีของเราจริงจังมากขึ้นหน่อย ทุกวันนี้ที่มันมีมันอยู่ได้เพราะพวกผู้นำชุมชนและคนที่อยากมีส่วนร่วมเท่านั้นที่เค้ามาลงแรงลงมือกันอยู่ นอกจากนี้ปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่งของที่นี่คือ เรือไม่ค่อยพานักท่องเที่ยวจากอัมพวามาขึ้นที่นี่ พี่คิดว่าถ้ามันมีการประสานงานมีคนเข้ามาดำเนินการทำให้มันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นกิจจะลักษณะ ได้คนที่มามีอำนาจหน้าที่มาคอยบริหารจัดการที่ว่ามันก็คงทำได้ ที่นี้ก็คงมีคนมาเที่ยวมาทำกิจกรรมเยอะกว่านี้”

“คนที่มาเที่ยวอัมพวาก็ไม่ค่อยได้มาที่นี้นะ เพราะไม่รู้จะมายังไง พวกคนขับเรือเค้าไม่พามาเพราะต้องใช้เวลาทำกิจกรรมทำให้เค้าเสียรอบวิ่งเรือ ถ้าอยากจะให้ช่วยก็ช่วยตรงนี้หน่อย ให้ไปคุยกับเจ้าของเรือที่อัมพวาว่าให้มีรอบวิ่งมาที่นี้ ... พี่กับคนที่รู้จักสนิทกันก็รวมกลุ่มรวมกันก่อนเป็นวิสาหกิจชุมชน ช่วยกันทำงานกับชาวบ้านคนอื่นๆ ให้ทุกคนมีรายได้ร่วมกัน บ้างก็ช่วยกันทำงานบุญงานประเพณี วันเด็ก วันแม่ วันสารท พวกนั้น พี่ชอบทำงานกับคนกับชุมชน พี่ว่าถ้าพวกเราที่เป็นคนที่นี่ไม่ทำแล้วใครจะมาทำให้เรา”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

4.2.2.2 มิติของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1. การเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยว (Visitor Fulfillment)

การเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวามาจากความสามารถในการส่งต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตเกษตรกรรมน้ำของคนชนบทในอดีตที่มีความเนิบช้า โหยาหนืด ใกล้เคียงธรรมชาติ สอดคล้องกับการศึกษาของชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์ (2553) และการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวา ซึ่งสามารถมีทั้งกิจกรรมการเรียนรู้เชิงวิถีชีวิตและกิจกรรมสนทนาการควบคู่กัน ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ต้องการตอบสนองต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ร่วมด้วยเช่น ความเป็นมิตรของคนในชุมชน ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นผลมาจากองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอื่นๆ ทั้งนี้ปัจจุบันชุมชนอัมพวาสามารถตอบสนองต่อความต้องการหลักของการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ แต่การตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่สมบูรณ์มากนัก โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่บริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา

“ปกติไปเที่ยวก็เพราะอยากพักผ่อน ที่มาอัมพวาเพราะใกล้กรุงเทพฯ สโลว์ไลฟ์ (Slow Life) ไม่วุ่นวาย อยากปล่อยชีวิตนิ่งๆ มาชาร์ตแบต สูดอากาศธรรมชาติ ... เวลาจะเลือกว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ก็ดูว่ามีเวลากี่วัน เดินทางยังไง พักตรงไหน พี่ไม่ใช่วัยที่จะเดินป่ากางเต็นท์ เรื่องที่พักผ่อนก็ต้องความสะดวก สะอาดหน่อย แต่ก็ขอที่ราคาไม่แพง ส่วนการท่องเที่ยวแบบนี้น่าจะเหมาะกับการมาเป็นครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกันในวันหยุดยาวๆ แต่จุดประสงค์ของการมาเที่ยวก็หนีไม่พ้นการพักผ่อน เพราะฉะนั้นก็ต้องมีที่พัก สะอาด สะอาด สบายอะไรแบบนี้”

นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“มาเที่ยวอัมพวาก็เพราะนึกถึงสถานที่เก่าๆ ไร่ถ้ำรูป เดินเที่ยวเล่นเฮฮากับเพื่อนๆ ถ้ามีกิจกรรมต้องเป็นกิจกรรมที่สนุก ทำทาย ส่วนจะไปที่ไหนต้องดูหลายเรื่องทั้งราคา การเดินทาง อย่างมาอัมพวาก็นั่งรถตุ๋นแล้วถึงเลย แต่ถ้าต้องไปที่อื่นก็ต้องดูว่ามีรถมารับไหม หรือหารถไปต่อได้หรือไม่ และเป็นกลุ่มเพื่อนผู้หญิงก็เลือกแบบที่ปลอดภัย ไม่ลำบากมาก โทรศัพท์ต้องใช้ได้ มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“จะสร้างให้เป็นกิจกรรมจุดขายอย่างเดียวมันไม่พอ ก็ต้องมีเรื่องอื่นๆ มารองรับ ไม่ใช่ว่าที่นี่มีกิจกรรมปลูกป่าขายเลน ทำแล้วเสื้อผ้าต้องเลอะ แต่ไม่มีที่เปลี่ยนเสื้อผ้า ไม่มีที่อาบน้ำ มันก็ไม่ค่อยมีใครอยากทำ เพราะมันลำบากไม่รู้จะกลับบ้านยังไง หรือที่นี่มีกิจกรรมน่าสนใจมากเลย แต่อยู่ไกลมาก การเดินทางก็ลำบากมาก ต้องเดินเท้าเข้าไป ความน่าสนใจของกิจกรรมมันก็อาจถูกลดทอนลงไปสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ก็อาจยังขายได้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจจริงๆ”

นักท่องเที่ยวเพศชาย จากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“มาเที่ยวอัมพวาเพราะต้องการบรรยากาศดีๆ ไม่เร่งรีบ มีความเป็นธรรมชาติ มีกิจกรรมให้ทำหลายอย่าง มีกิจกรรมได้แต่ต้องแบบสันตนาการ ไม่ไกลจากตลาดน้ำที่เที่ยวอื่นๆ หรือไม่งั้นก็ต้องเดินทางสะดวก และมีราคาไม่แพง”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (สาม)
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

2. ศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Viability)

อย่างที่กล่าวไปข้างต้นว่าศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากการมีรายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิม และรายได้เพิ่มเติมจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยพบว่าในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวามีลักษณะที่แสดงถึงการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ ชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพทำสวน ขายผลไม้ และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชน (ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553; เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557) เช่น การทำสวนผลไม้ การทำสวนมะพร้าว การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากส่วนประกอบของมะพร้าว เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันชุมชนก็มีรายได้เสริมจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิมเหล่านี้ในฐานะสินค้าทางการท่องเที่ยวด้วย ดังจะเห็นได้จากการนำกิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว กิจกรรมการประดิษฐ์เครื่องจักสานจากใบมะพร้าว ฯลฯ มาเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนแห่งนี้ (ภาพที่ 26) ซึ่งนอกจากชุมชนจะมีรายได้จากการขายกิจกรรมแล้ว ยังมีรายได้จากการขายสินค้าชุมชนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นด้วย (ภาพที่ 27)

“กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของที่นี่ คือ กิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว แต่ที่นี่ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำหลายอย่างทั้งการทำขนมไทย ซึ่งใช้น้ำตาลมะพร้าวเป็นส่วนประกอบ เช่น ขนมต้ม ขนมใส่ไส้ นอกจากนี้ก็มีการทำเครื่องจักสานง่ายๆ จากใบมะพร้าว เช่น หมวก กระเป๋า หรือการทำสิ่งประดิษฐ์จากกะลามะพร้าว ... โดยปกติจะมีกิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าวที่ชาวบ้านทำขายเกือบทุกวัน ยกเว้นในวันที่ชุมชนมีกิจกรรมหรือในวันที่มีการจัดเทศกาลต่างๆ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ จะขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวหรือมีการติดต่อมาล่วงหน้า ... นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้ทำกิจกรรมแล้ว ก็มักจะซื้อสินค้าที่ตัวเองทำกลับไปด้วย ส่วนที่เหลือก็เอามาตั้งขายที่หน้าบ้านทางด้านนั้น”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ภาพที่ 26 กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 27 สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นโดยเฉพาะตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ทำให้ชุมชนอัมพวาเป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ก็พบว่า มีลักษณะที่สะท้อนถึงการมีองค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติของการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจกล่าวคือ ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาได้สร้างโอกาสและช่องทางในการมีรายได้เพิ่มขึ้นของคนในชุมชน ทั้งจากการเปิดให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ การขายสินค้าของ

ชุมชนทั้งผลไม้ อาหารทะเล หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว (ภาพที่ 28) โดยที่สมาชิกของชุมชนยังมีรายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นในช่วงเวลาปกติ

“ผลไม้ที่ขายมีทั้งที่ปลูกเอง และก็รับมา ... ปกติป่าชายผลไม้ที่ตลาดแม่กลอง แต่วันที่มีตลาดน้ำป่าก็มาขายผลไม้ที่นี้ด้วยตอนช่วงเย็น”

ป่าผลไม้ (นามสมมติ)

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ปกติก็ออกไปหาปลา หากุ้งส่งขายในตลาด แต่ถ้าวันไหนมีตลาดที่ก็เก็บบางส่วน รับเค้ามามากไว้มาทำขายที่นี้ ได้เงินมากกว่าขายสด”

พี่กุ้ง (นามสมมติ)

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“พี่รับจ้างทั่วไป รับจ้างขับเรือด้วย แต่ถ้ามีนักท่องเที่ยวก็จะพานักท่องเที่ยวไปไหว้พระบ้าง ตอนกลางคืนก็มาขับเรือดูหิ่งห้อยแบบนี้”

คนขับเรือเทศชาย อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ชุมชนอัมพวาจึงมีองค์ประกอบของความยั่งยืนในด้านการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากสมาชิกของชุมชนยังมีรายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิมของชุมชนจากการประกอบอาชีพทางการเกษตร ในขณะที่เดียวกันก็สามารถมีรายได้เพิ่มเติมที่มาจากการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย

ภาพที่ 28 ตัวอย่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

3. การจ้างงานที่มีคุณภาพ (Employment Quality)

การจ้างงานที่มีคุณภาพต้องเป็นการจ้างงานที่ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และต้องไม่ทำลายขอบเขตทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยพบว่าการจ้างงานที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาในช่วงแรกแม้จะมีจำนวนมากและมีความหลากหลาย แต่เป็นการจ้างงานที่สร้างผลกระทบต่อชุมชน เช่น มีการจ้างคนขับเรือชมหิ่งห้อยจำนวนมาก แต่สร้างมลพิษทางเสียง และการกัดเซาะตลิ่ง เป็นต้น จึงไม่ถือว่าเป็นการจ้างงานที่มีคุณภาพ

“แต่ที่กระทบมากเลยคือเรื่องคลื่นจากเรือที่มีมากตอนที่อัมพวาบูมใหม่ๆ เรือวิ่งดูหิ่งห้อยกันทั้งคืน จนตลิ่งพังหมด ต้องไปหาไม้มาปัก หาหินมาทำเขื่อนหมดไปหลายบาทเลย ... หิ่งห้อยก็หนีไปอยู่ในสวนลึๆ”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

“เมื่อก่อนวิ่งเรือได้ทั้งคืน ได้เงินมาก แต่คนที่อยู่ริมน้ำเค้าบอกว่าเรือเสียงดัง ตลิ่งพัง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาแสดงให้เห็นถึงการจ้างงานที่มีคุณภาพขึ้น กล่าวคือ กิจกรรมทำน้ำตาลมะพร้าวทำให้เกิดการจ้างงานไม่เพียงแต่ผู้ผลิตน้ำตาล แต่ยังมีจ้างงานในหน้าที่อื่นๆ เช่น ผู้บรรยายให้ความรู้ซึ่งมักเป็นผู้สูงอายุในชุมชนเด็กและคนหนุ่มสาวทำหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งนอกจากเกิดการกระจายรายได้แล้ว ยังทำให้คนในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เพิ่มความผูกพันระหว่างสมาชิกในชุมชน และลดปัญหาการย้ายถิ่นของแรงงานในวัยหนุ่มสาวของชุมชนอัมพวาด้วย

“คนที่มาให้ความรู้เป็นคนในพื้นที่ที่มีฝีมือในการทำขนมไทย บางคนก็มีอาชีพทำสิ่งประดิษฐ์จากส่วนประกอบของมะพร้าวเลี้ยงชีพมานานแล้ว บางท่านก็ได้รับยกย่องให้เป็นปราชญ์ชาวบ้าน และมีเด็กๆ ในชุมชนมาเป็นลูกมือ กิจกรรมเหล่านี้ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ คนหนุ่มสาวกลับมาทำธุรกิจ กลับมาช่วยที่บ้านมีการรวมตัวกัน เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และได้สืบทอดวิถีชีวิตของคนในชุมชนด้วย”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ก่อให้เกิดการจ้างงานที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการจ้างงานที่เป็นผลมาจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และยังพบการจ้างงานที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อชุมชนจากการจ้างงานในหลายกิจกรรมที่มาจาก การท่องเที่ยวแบบมวลชนที่มีอยู่ของชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเกินขอบเขตเพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจในระดับสูงเพียงด้านเดียว

4. ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological Diversity)

ความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชนอัมพวา ได้แก่ ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศสามน้ำ (น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม) ความสมบูรณ์ของพรรณไม้ชายคลอง (ต้นลำพู ต้นจาก ต้นแสม เป็นต้น) ความสมบูรณ์ของสัตว์น้ำ สัตว์ปีกและแมลง เป็นต้น (ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553) โดยความหลากหลายทางชีวภาพและความสมบูรณ์ของระบบนิเวศส่งผลต่อกันเป็นทอด และมีผลต่อความอุดมสมบูรณ์และการเจริญเติบโตของพืชสวนและประมงซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชนด้วย

อย่างไรก็ตามความหลากหลายทางชีวภาพในหลายพื้นที่ของชุมชนอัมพวาได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวมาก่อน เช่น คลื่นจากเรือชมหิ่งห้อยทำให้ตลิ่งพังทลาย ต้นลำพูที่อยู่ริมตลิ่งล้มลงน้ำ กอปรกับการส่องไฟเพื่อชมหิ่งห้อย ทำให้หิ่งห้อย แมลงอื่น และสัตว์ปีกหนีเข้าไปอยู่ในสวนส่วนที่ลึกเข้าไปจากริมฝั่งคลอง ตัวอ่อนของหิ่งห้อยที่ยังบินไม่ได้ก็ตายไปพร้อมกับต้นลำพูที่ล้มลงน้ำ ทำให้อาณาเขตของหิ่งห้อยลดลง (ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553) สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสมาชิกบางส่วน of ชุมชน โดยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวาที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบเช่นเดียวกัน แต่เมื่อชุมชนเริ่มตระหนักถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของชุมชน และมีการตั้งกฎและขอความร่วมมืองดวิ่งเรือหลังเวลา 21.00 น. และไม่ฉายไฟรบกวนหิ่งห้อย นอกจากนี้ชุมชนอัมพายังมีพื้นที่ในความดูแลของโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ที่มีบทบาทในการช่วยอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชนอัมพวา โดยโครงการฯ จัดแบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นเมือง (amphawanurak.com, ออนไลน์) ทำให้ชุมชนอัมพวายังหลงเหลือความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะพื้นที่ริมคลองผีหลอกและแม่น้ำแม่กลองบางส่วนที่ยังคงพื้นที่เกษตรกรรมริมน้ำดั้งเดิมของชุมชนอัมพวาอยู่ได้ในปัจจุบัน แต่ปัญหาการพังทลายของตลิ่งซึ่งเป็นต้นเหตุของการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพอื่นยังคงมีอยู่แต่ลดความรุนแรงลง

“แต่ที่กระทบมากเลยคือเรื่องคลื่นจากเรือที่มีมากตอนที่อัมพวาบูมใหม่ๆ เรือวิ่งกันทั้งคืน จนตลิ่งพังหมด ต้องไปหาไม้มาปัก หาหินมาทำเขื่อนหมดไปหลายบาทเลย ... แต่เดี๋ยวนี้เลิกให้วิ่งทั้งคืนพอช่วยชะลอการพังทลายของตลิ่งลงได้บ้าง หิ่งห้อยที่เคยหายเข้าไปอยู่ในสวนก็กลับมาอยู่ริมน้ำตามธรรมชาติของมันเหมือนเดิม ... พื้นที่แฉกนี้ยังมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติอยู่มาก สัตว์ประหลาดแฉกนี้มีหลายชนิด ที่นี่ก็ยังเป็นสวนมะพร้าว สวนกล้วยเหมือนเดิม แค่มีย่านพักเล็กๆ เพิ่มขึ้นมา 5 – 6 หลัง มันยังเป็นธรรมชาติมาก ตรงหน้าบ้านท่านี่ตรงนี้มีหิ่งห้อยเยอะสุดเลยนะ ใครมาพักที่นี่ไม่ต้องไปนั่งเรือชมหิ่งห้อยเลย เพราะเรือส่วนใหญ่ก็มาหยุดอยู่ตรงหน้าบ้านที่ดูหิ่งห้อยกันทั้งนั้น พี่พยายามรักษาความสมบูรณ์พวกนี้เอาไว้ ถ้าพื้นที่สมบูรณ์ดินดี ต้นไม้ต้นกล้วยก็เติบโตดี กุ้งหอยปูปลาก็อุดมสมบูรณ์”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ภาพที่ 29 ความหลากหลายทางชีวภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2557

5. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency)

ชุมชนอัมพวาเป็นตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการใช้ทรัพยากรทั้งที่มีและขาดประสิทธิภาพ กล่าวคือ ในช่วงที่การท่องเที่ยวอัมพวาได้รับความนิยมผู้คนในชุมชนต่างคาดหวังรายได้จากการท่องเที่ยว จึงทุ่มเทพัฒนกิจจำนวนมากเพื่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การขายและเปลี่ยนรูปที่ดินเพื่อการท่องเที่ยว หรือการบริการเรือชมหิ่งห้อยตลอดคืน จนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน สร้างมลภาวะทางเสียง การพังทลายของตลิ่ง ฯลฯ รวมถึงลดเสน่ห์ของชุมชนอัมพวาหลง ชุมชนจึงเริ่มตระหนัก มีการปรับตัว และกำหนดขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงหลัง

“ที่ถามว่าเค้าย้ายออกจากชุมชนกันจริงไหม ก็ย้ายแหละเค้าเอาเงินมาซื้อที่ตั้งหลายบาท คนที่ไม่อยากทำสวนก็ย้ายออกเอาเงินไปทำอย่างอื่น แต่ที่ตรงนั้นเค้าก็ทำเป็นที่พักเป็นรีสอร์ท”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เมื่อก่อนที่ริมน้ำส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ สวนผักทั้งนั้น แต่พอมีการท่องเที่ยวคนก็เริ่มขายที่ให้นายทุนมาลงทุนทำรีสอร์ทสมัยใหม่ บางบ้านมีเงินหน่อยก็สร้างที่พักขึ้นมาเอง แบบที่ยังทำสวนด้วยทำที่พักด้วยก็มี แต่ถ้าที่พักใหญ่ๆ ติๆ ก็คนกรุงเทพฯมาทำทั้งนั้น แบบนี้ก็สร้างรีสอร์ทเต็มทั้งที่ที่ซื้อไปนั้นแหละ ก็เหมือนชูชัยบุรีซื้อบ้านริมน้ำแล้วก็ไปทำเป็นตึก ชาวบ้านก็ต่อต้านกัน แต่ตอนหลังก็คุยกันว่าจะปรับให้เป็นแบบไทย ก็เลยยอมให้สร้าง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เราว่าอัมพวาที่มาตอนเด็ก อัมพวาตอนที่เพิ่งเริ่มมีตลาดน้ำ อัมพวาตอนนี้ต่างกัน จากมีแค่ตลาดริมน้ำ เดี่ยวนี้ขยายตลาดออกไปถึงหน้าโรงพักเลยไปอีก จากที่เคยขายของแบบหนึ่ง กลายเป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น บ้านริมคลองพวกนี้ก็เปลี่ยนมือกันหลายรอบ เราอยู่ที่นี้ตลอด เรารู้สึกว่าเสน่ห์ของมันเปลี่ยนไป เสน่ห์ของมันลดลงมาก”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนท์ลาย เพศหญิง
จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 25 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ภาพที่ 30 การใช้พื้นที่เพื่อการเกษตร การท่องเที่ยว และการอยู่อาศัยของชุมชนอัมพวา



ที่มา : ภาพจากดาวเทียม Google Earth ปรับปรุงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2558

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสัดส่วนการใช้พื้นที่ของชุมชนจากภาพที่ 30 พบว่า พื้นที่บริเวณริมคลองและริมแม่น้ำส่วนใหญ่ซึ่งเคยเป็นพื้นที่การเกษตรถูกเปลี่ยนรูปเป็นที่ดินเพื่อการท่องเที่ยว เป็นที่ตั้งของสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่พื้นที่เพื่อการเกษตรที่เหลืออยู่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่ลึกลงมาจากแม่น้ำและลำคลอง ยกเว้นบริเวณคลองผีหลอกและแม่น้ำแม่กลองบางส่วนที่พื้นที่ตื้นน้ำยังเป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรที่ยังเหลืออยู่ในปัจจุบัน ในขณะที่ที่ดินตอนในสุดของชุมชนจะเป็นการกระจุกตัวของชุมชนใหม่ซึ่งจะอยู่ใกล้กับถนนเส้นหลักของชุมชน

ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิมของชุมชนอัมพวาเป็นกิจกรรมเดียวกัน จึงมีแนวโน้มของการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากทรัพยากรถูกใช้ไปกับทั้งกิจกรรมดั้งเดิมของชุมชนและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเดียวกันด้วย

“กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของที่นี่ คือ กิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว ... โดยปกติจะมีกิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าวที่ชาวบ้านทำขายเกือบทุกวัน ยกเว้นในวันที่ชุมชนมีกิจกรรม หรือในวันที่มีการจัดเทศกาลต่างๆ”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

อย่างไรก็ตามภายใต้แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนอาจต้องมีการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพและเท่าเทียมทั้งในเชิงบทบาทและเชิงพื้นที่ กล่าวคือ มีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อใช้กิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน และเพื่อการอนุรักษ์ ซึ่งชุมชนอัมพวามีลักษณะที่สะท้อนถึงการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพในเชิงบทบาทในบางพื้นที่ ซึ่งได้แก่การใช้ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวข้างต้น และการมีพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์เชิงสาคิตทดลองขนาดเล็กตั้งอยู่ในโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ (amphawanurak.com, ออนไลน์) ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรในเชิงพื้นที่หรือการที่ทุกพื้นที่ของชุมชนต้องมีสิทธิในการใช้ทรัพยากรที่จัดสรรแล้วอย่างเท่าเทียมกันนี้ ชุมชนอัมพวายังทำได้ไม่ดีมากนักเนื่องจากยังพบว่า พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่ใช่หรือไม่ได้อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ยังไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จัดสรรไว้เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเท่าเทียม ดังจะเห็นได้จากการไม่มีเรือพานักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“แต่คนที่มาเที่ยวตลาดน้ำก็ไม่ค่อยได้มาที่นี่ เพราะไม่รู้จะมายังไง คนขับเรือเค้าไม่พามาเพราะต้องใช้เวลาทำกิจกรรมทำให้เค้าเสียรอบวิ่งเรือ”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

6. ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม (Environment Purity)

ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมในกรณีของชุมชนอัมพวา หมายถึงความสามารถในการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมเชิงเกษตรและวิถีชีวิตริมน้ำของคนชนบท สอดคล้องกับความเห็นของนักท่องเที่ยวรายหนึ่งทีกล่าวว่า “ถ้าพูดถึงอัมพวา ทุกคนจะนึกถึงความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ชีวิตเรียบง่ายริมน้ำ สโลว์ไลฟ์ (Slow Life) ไม่วุ่นวาย” (นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี, สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557) และต้องรวมถึงมีการป้องกันการพังทลายของตลิ่ง การจัดการมลภาวะทางเสียง (เรื้อยนต์) การจัดการขยะ และการจัดการด้านการจราจร ซึ่งแม้ชุมชนจะมีแนวทางในการจัดการกับความไม่บริสุทธิ์ของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น เช่น การลงโทษเรื้อยนต์ที่ตกแต่งเครื่องเรื้อ การห้ามวิ่งเรื้อหลัง 21.00 น. แต่ยังพบว่าชุมชนอัมพวาไม่สามารถคงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมในหลายด้าน ดังเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ ปัญหาการเปลี่ยนรูปที่ดินทางการเกษตรเป็นที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวสมัยใหม่ การพังทลายของตลิ่ง มลภาวะทางเสียงจากเรื้อโดยสาร การจราจรติดขัด เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นความไม่บริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมของชุมชนดังกล่าวจากภาพที่ 31 32 33 และบทสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพवादังต่อไปนี้

“เราว่าอัมพวาที่มาตอนเด็ก อัมพวาตอนที่เพิ่งเริ่มมีตลาดน้ำ อัมพวาตอนนี้ต่างกัน ... สังคมของคนที่นี่ก็เปลี่ยนไปมาก รูปแบบการใช้ชีวิตก็เปลี่ยนไป โดยเฉพาะช่วงที่มีตลาดน้ำที่นี้รถจะติดมาก”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนต์ลายพิเศษ
จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 25 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เมื่อก่อนที่ริมน้ำส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ สวนผักทั้งนั้น แต่พอมีการท่องเที่ยวคนก็เริ่มขายที่ให้นายทุนมาลงทุนทำรีสอร์ทสมัยใหม่ บางบ้านมีเงินหน่อยก็สร้างที่พักขึ้นมาเอง แบบที่ยังทำสวนด้วยทำที่พักด้วยก็มี ... ก็เหมือนชัชชัยบุรีซื้อบ้านริมน้ำแล้วก็ไปทำเป็นตึก ชาวบ้านก็ต่อต้านกัน แต่ตอนหลังก็คุยกันว่าจะปรับให้เป็นแบบไทย ก็ถึงยอมให้สร้าง ... เมื่อก่อนวิ่งเรือได้ทั้งคืน ได้เงินมาก แต่คนที่อยู่ริมน้ำเค้าบอกว่าเรือเสียงดัง ตลิ่งพัง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งของที่นี่คือเรื่องขยะ นักท่องเที่ยวมีมาก ขยะก็มีมากขึ้น ทั้งที่ทิ้งลงถังกำจัดกันไม่ทันก็ปัญหาหนึ่ง ที่ทิ้งไม่เป็นที่ก็ปัญหาหนึ่ง”

ลุงคลอง (นามสมมติ)
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ภาพที่ 31 ภาพสะท้อนปัญหาด้านขยะในแหล่งท่องเที่ยว



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 32 การจราจรบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 33 การจัดการปัญหาการพังทลายของตลิ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวาก็ได้รับผลกระทบจากความไม่บริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายนอกแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วย แต่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งนี้พยายามคงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มากที่สุด

“ดูสิที่นี้ก็ยังเป็นสวนมะพร้าว สวนกล้วยเหมือนเดิม แค่มีย่านพักเล็กๆ เพิ่มขึ้นมา 5 – 6 หลัง มันยังเป็นธรรมชาติมาก ... เดี่ยวนี้คนก็อยากพักอยากอยู่สบาย แต่ที่ว่าแบบนั้นมันไม่ใช่แบบของเรา จะเปลี่ยนให้เป็นห้องดีกห้องแอร์ทันสมัยอยู่กลางดงจากดงกล้วยมันก็เป็นอะไรที่ไม่เข้ากัน”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

7. ความสมบูรณ์ทางกายภาพ (Physical Integrity)

ปัจจุบันบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา มีความสมบูรณ์ทางกายภาพในระดับสูง เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่เข้าถึง ป้ายบอกทาง การให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้ไวไฟ (wifi) ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของอัมพวาโดยเครือข่ายของชุมชน เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังปรากฏลักษณะทางกายภาพที่เกินขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน และสิ่ง

อำนวยความสะดวกที่จำเป็นบางอย่างก็มีไม่เพียงพอ เช่น สิ่งก่อสร้างที่มีสถาปัตยกรรมขัดแย้งกับ
 ภาพลักษณ์ของชุมชน เรือท่องเที่ยวที่มีการปรับแต่งเครื่องยนต์ให้มีขนาดใหญ่เกินความจำเป็น ความ
 ไม่เพียงพอของที่จอดรถ และห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น ตามคำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวและสมาชิก
 ของชุมชนอัมพวา

“อย่างมาอัมพวาคือนั่งรถตุ๋แล้วถึงเลย”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ
 (สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“อย่างหนึ่งที่ทำให้เราสบายขึ้น คือ เรื่องการเดินทาง จะไปกรุงเทพ
 หรือจังหวัดใกล้เคียง มีรถตุ๋มาถึงที่ มีหลายคิวด้วย”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
 มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
 (สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ช่วงแรกๆ ที่นี้มีไวไฟ (wifi) ให้ใช้ฟรีตลอดริมฝั่งคลอง พวกเราก็มี
 อินเทอร์เน็ตฟรี ไม่ได้เร็วมากและพอคนมาเยอะก็แย่งกันใช้ แต่ก็ดีกว่าไม่มี เพราะเมื่อก่อนมือถือก็ยัง
 ทำอะไรได้ไม่มาก ยังเป็นแบบเอจ (edge) มีราคาแพง แต่เดี๋ยวนี้สัญญาณโทรศัพท์พัฒนา
 อินเทอร์เน็ตมือถือพัฒนา อินเทอร์เน็ตบ้านก็ราคาถูกลง ครอบคลุมมากขึ้น ทุกบ้านทุกโรงแรมแถวนี้ก็
 ติดสัญญาณอินเทอร์เน็ตของตัวเองให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ค่อยมีคนใช้ไวไฟที่เทศบาลจัดไว้ให้แล้ว
 และก็ไม่รู้ยังใช้ได้อยู่ไหมด้วยนะ”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนต์ลายเพศหญิง
 จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 25 ปี
 (สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ที่ตลาดน้ำไม่ค่อยมีห้องน้ำ ที่มีก็ไม่สะอาด เราก็อาศัยเข้ามาให้เสร็จ
 จากที่พัก หรือถ้าต้องเข้าที่นี้ก็หาตามร้านอาหาร”

นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี
 (สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ก็เหมือนชูชัยบุรีซื้อบ้านริมน้ำแล้วก็ไปทำเป็นตึก ชาวบ้านก็ต่อต้านกัน แต่ตอนหลังก็คุยกันว่าจะปรับให้เป็นแบบไทย ก็ถึงยอมให้สร้าง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี


(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

ภาพที่ 34 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เพียงพอ บริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 35 เส้นทางรถตู้เพื่อเดินทางมายังชุมชนอัมพวา

	<p>รถตู้ <u>อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ – ตลาดน้ำอัมพวา – ตลาดน้ำดำเนิน</u> (ค่าโดยสาร 80 บาท) รถจอดบริเวณใต้รถไฟฟ้า BTS อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ แจ้งว่าลงหน้าโรงเจอัมพวา จากนั้นเดินเข้าบ้านประมาณ 50 เมตร</p> <p><u>อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ – แม่กลอง</u> (ค่าโดยสารประมาณ 70 บาท) รถจอดบริเวณใต้ทางด่วนฝั่งพหลโยธิน ขาออก ใกล้กับรถตู้ไป</p>
<p>เมืองทองธานี) ่อรถสองแถวสายโรงเจ-อัมพวา ลงรถที่หน้าโรงเจอัมพวา (แจ้งคนขับรถสองแถวว่าลงโรงเจอัมพวา) จากนั้นเดินเข้าบ้านประมาณ 50 เมตร</p>	
<p><u>หมอชิต – แม่กลอง</u> (ค่าโดยสารประมาณ 100 บาท) รถจอดใต้สะพานลอยฝั่งตรงข้าม หมอชิต) ลงรถที่แม่กลองแล้ว ่อรถสองแถวสายโรงเจ-อัมพวา ลงรถที่หน้าโรงเจอัมพวา (แจ้งคนขับรถสองแถวว่าลงโรงเจอัมพวา) จากนั้นเดินเข้าบ้านประมาณ 50 เมตร</p>	
<p><u>ปิ่นเกล้า – แม่กลอง</u> รถจอดบริเวณหน้าห้างโลตัส (ห้างเมอริคส์คิงส์เก่า)</p>	
<p><u>บางนา – แม่กลอง</u> รถจอดบริเวณหน้าไบเทคบางนา</p>	
<p>รถตู้โดยสารจะสุด สายที่ตลาดแม่กลองต่อจากนั้นต้องต่อรถสองแถวสายโรงเจ-อัมพวา ลงรถที่หน้าโรงเจอัมพวา (แจ้งคนขับรถสองแถวว่าลงโรงเจอัมพวา) จากนั้นเดินเข้าบ้านประมาณ 50 เมตร</p>	

ที่มา : ภาพจาก baanrak-amphawa.com

ภาพที่ 36 ป้ายประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่ปัก ของศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของอัมพวา โดยเครือข่ายของชุมชน



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2557

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ยังขาดความสมบูรณ์ทางกายภาพ ทั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึง การขาดป้ายบอกทางที่ชัดเจนและระบบส่องสว่างที่ทั่วถึง เป็นต้น (ภาพที่ 37)

“คนที่มาเที่ยวอัมพวาก็ค่อยไม่ได้มาที่นี้ซะ เพราะไม่รู้จะมายังไง พวกคนขับเรือเค้าไม่พามาเพราะต้องใช้เวลาทำกิจกรรมทำให้เค้าเสียรอบวิ่งเรือ”

CHULALONGKORN เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ภาพที่ 37 ลักษณะทางกายภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ถนนแคบ ไม่มีระบบส่องสว่าง (ภาพซ้าย) เส้นทางบางช่วงเป็นลูกรัง น้ำขัง เป็นโคลน เมื่อฝนตก (ภาพกลาง) ป้ายบอกทางขนาดเล็ก (ภาพขวา)



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

กล่าวโดยสรุปได้ว่าชุมชนอัมพวา มีความสมบูรณ์ทางกายภาพที่ชัดเจน โดยเฉพาะบริเวณตลาดน้ำอัมพวายามเย็นซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของชุมชน แต่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในกลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดความสมบูรณ์ทางกายภาพในหลายด้าน และมีแนวโน้มว่าจะกระทบต่อการตัดสินใจเข้าไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (World Economic Forum [WEF], 2013) การศึกษาถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเดินทางมายังประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) และการให้ความเห็นของเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และนักพัฒนาการท่องเที่ยว

“แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ต้องอาศัยปัจจัยร่วมกันหลายด้านเช่น ศักยภาพและความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การตระหนักถึงความสำคัญและการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น”

เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558)

“ในขณะที่กระทรวงฯ จะทำหน้าที่ในการสนับสนุนชุมชนในเรื่องการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านการตลาด การบริหารความรู้ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนในระยะยาว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN

นักพัฒนาการท่องเที่ยว (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558)

8. ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม (Cultural Richness)

ชุมชนอัมพวา มีความร่ำรวยทางวัฒนธรรมในระดับสูงเนื่องจากเป็นชุมชนเก่าแก่ โดยเฉพาะภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร รูปแบบการดำเนินชีวิตและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ (ชรินทร์พรณ อະสีติรัตน์, 2553) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการมาเที่ยวชุมชนอัมพวา (นักท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557) อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวา มีการเปลี่ยนรูปทางวัฒนธรรมไปจากเดิมมาก วิถีชีวิตดั้งเดิมบางอย่างเริ่มสัมผัสความแท้จริงได้ยากขึ้น

“เมื่อก่อนพื้นที่แถบนี้ส่วนใหญ่เป็นสวนมะพร้าว สวนผลไม้ บางบ้านก็ทำน้ำตาลด้วย ทำประมงด้วย แต่พอความเจริญเข้ามามีโรงงาน มีการท่องเที่ยว ก็ไม่มีใครอยากทำไร้ทำสวน เพราะรายได้ไม่แน่นอน ส่วนบ้านไหนที่ลูกหลานย้ายไปอยู่ที่อื่น ก็จะขายที่ดินให้กับคนอื่น เพราะได้ราคาดี ความรู้ของชุมชนจากคนรุ่นก่อนหลายอย่างก็หายไปเพราะไม่มีใครสืบทอด”

ป่าผลไม้ (นามสมมติ)

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“อัมพวาก่อนที่จะเป็นตลาดน้ำแบบนี้ ก็วันนี้นี่ต่างกันมากเลยนะ ... สังคมของคนที่นี่ก็เปลี่ยนไปมาก รูปแบบการใช้ชีวิตก็เปลี่ยนไป”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนท์ลายเทศหญิง

จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 20 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เมื่อก่อนที่ริมน้ำส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ สวนผักทั้งนั้น แต่พอมีการท่องเที่ยวคนก็เริ่มขายที่ให้นายทุนมาลงทุนทำรีสอร์ทสมัยใหม่”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนเกษตรริมน้ำได้จากนิทรรศการที่จัดแสดงบริเวณพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ หรือสัมผัสประสบการณ์จริงจากวิถีชีวิตที่หลงเหลืออยู่บริเวณริมคลองผีหลอกและในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวาด้วย ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนกลไกในการสืบทอดภูมิปัญญาและความรู้ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชนอัมพวาด้วย

“ทุกปีที่มีลอยกระทงสายกาบกล้วย นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลอยกระทงสายกาบกล้วยกับชาวบ้านได้ มีทั้งกระทงกาบกล้วย กระทงใบตองขายให้นักท่องเที่ยวได้ลอยด้วยกัน เป็นประเพณีที่รื้อฟื้นขึ้นมาใหม่”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง

มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“แถวนี้มีแต่สวนมะพร้าวทั้งนั้น นอกจากปลูกกินปลูกขายแล้ว ก็มีเอามาทำเป็นของใช้พวกหมวก ตะกร้า กะลาพวกนั้นขายด้วย ส่วนยายก็ทำขนมขาย พวกขนมไทยใส่ไส้ ขนมครก ขนมต้ม ก็ใช้มะพร้าว ใช้กะทิที่ปลูกเองนั่นแหละ แต่ยายเลิกทำขนมขายสักพักหนึ่งแล้ว พอแก่ก็ไม่มีคนไปส่ง ลูกหลานก็ไม่ทำต่อ ... แต่พอที่นี้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวยายก็ได้กลับมาทำขนม มาสอนให้คนที่มาเที่ยวเค้าทำกัน”

ยายขนม (นามสมมติ)

(สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557)

“ฐานการเรียนรู้พวกนี้ที่ถือว่าเป็นความยั่งยืนทางสังคมนะ พี่ได้สืบทอดภูมิปัญญาความรู้เก่าๆ ของอัมพวาให้ยังคงอยู่ ... คนที่มาให้ความรู้เป็นคนในพื้นที่ที่มีฝีมือในการทำขนมไทย บางคนก็มีอาชีพทำสิ่งประดิษฐ์จากส่วนประกอบของมะพร้าวเลี้ยงชีพมานานแล้ว บางท่านก็ได้รับยกย่องให้เป็นปราชญ์ชาวบ้าน ... อย่างการทำน้ำตาลมะพร้าวเป็นของฝากขึ้นชื่อของอัมพวา มีรายละเอียดในการทำในทุกขั้นตอน พิถีพิถัน เพื่อให้น้ำตาลมะพร้าวที่ได้รสสวย เก็บไว้ได้นานไม่บูด เป็นขั้นตอนที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนรุ่นก่อนส่งสมมา”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ภาพที่ 38 วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยังพบได้บริเวณคลองผีหลอกและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2557

ภาพที่ 39 วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยังพบได้บริเวณพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์



ที่มา: ภาพจาก amphawanurak.com

9. ความเท่าเทียมกันทางสังคม (Social Equity)

องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของความเท่าเทียมกันทางสังคม ต้องเป็นความเท่าเทียมทางสังคมทั้งภายในและภายนอกชุมชน ทั้งในเรื่องการกระจายตัวของรายได้ การพัฒนา และโอกาสในการเข้าถึงสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่พัฒนาขึ้นอย่างเหมาะสม โดยพบว่าชุมชนอัมพวาปรากฏลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับองค์ประกอบของความยั่งยืนในประเด็นนี้ เช่น พื้นที่ของชุมชนถูกนายทุนนอกพื้นที่เข้ามาจับจองและใช้ทรัพยากรของชุมชนไปเพื่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาที่กระจุกตัวอยู่เฉพาะบริเวณรอบตลาดน้ำยามเย็น ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลับไม่ได้ประโยชน์จากการพัฒนาและการเพิ่มขึ้นของจำนวนเรือที่ให้บริการขนส่งทางน้ำ เนื่องจากผู้ประกอบการเรือไม่นำเรือมาส่งนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แม้จะเป็นรูปแบบการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนได้ง่ายที่สุด หรือแม้แต่การพัฒนาเส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในปัจจุบันยังมีบางช่วงเป็นดินลูกรังมีน้ำขังเฉอะแฉะในช่วงที่ฝนตก และระบบส่องสว่างเส้นทางไม่เพียงพอ (ภาพที่ 37)

“เมื่อก่อนที่ริมน้ำส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ สวนผักทั้งนั้น แต่พอมีการท่องเที่ยวคนก็เริ่มขายที่ให้นายทุนมาลงทุนทำรีสอร์ทสมัยใหม่ บางบ้านมีเงินหน่อยก็สร้างที่พักขึ้นมาเอง แบบที่ยังทำสวนด้วยทำที่พักด้วยก็มี แต่ถ้าที่พักใหญ่ๆ ดีๆ ก็คนกรุงเทพฯ มาทำทั้งนั้น แบบนี้ก็สร้างรีสอร์ทเต็มทั้งที่ที่ซื้อไปนั้นแหละ”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ที่ถามว่าเค้าย้ายออกจากชุมชนกันจริงไหม ก็ย้ายแหละเค้าเอาเงินมาซื้อที่ตั้งหลายบาท คนที่ไม่อยากทำสวนก็ย้ายออกเอาเงินไปทำอย่างอื่น แต่ที่ตรงนั้นเค้าก็ทำเป็นที่พักรีสอร์ท”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“บ้านไหนที่ลูกหลานย้ายไปอยู่ที่อื่น ก็จะขายที่ให้กับคนอื่น เพราะ
ได้ราคาดี”

ป่าผลไม้ (นามสมมติ)
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่งของที่นี่คือ เรือไม่คอยพานักท่องเที่ยว
จากอัมพวาขึ้นมาขึ้นที่นี้นักท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่แต่ที่ตลาดน้ำ”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

10. คุณภาพชีวิตที่ดี (Community Well-being)

คุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับคนในชุมชนอัมพวา หมายถึง การมีงานมีรายได้เพียงพอและยังยืนต่อการดำรงชีวิตและไม่เป็นภาระของครอบครัวหรือสังคม เข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น การได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่บริสุทธิ์ และการมีสังคมมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกันระหว่างคนในครอบครัวและคนในชุมชน ตามที่เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวสร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ทำให้ความยั่งยืนเกิดขึ้นในชุมชนได้เพราะชุมชนทำแล้วมีรายได้ ก็จูงใจให้ทำ โดยนอกจากสามารถยกระดับรายได้ให้กับชุมชน แล้วยังสามารถเพิ่มระดับความอยู่ดีมีสุขของชุมชนด้วย สำหรับกรณีของชุมชนอัมพวาพบว่าในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาสะท้อนความไม่สอดคล้องกับองค์ประกอบของความยั่งยืนในหลายด้าน ยังไม่สามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชนได้อย่างสมบูรณ์ โดยแม้ว่าชุมชนจะมีคุณภาพชีวิตทางกายภาพที่ดีขึ้นจากการมีรายได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ก็มีปัญหาอื่นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตทางใจของคนในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจรติดขัดโดยเฉพาะในวันที่มีตลาดน้ำ ปัญหาตลิ่งพัง ปัญหาเสียงรบกวนจากเรือยนต์ในช่วงเวลากลางวัน ปัญหาการทิ้งขยะไม่เป็นที่ ต่างเป็นปัญหาที่กระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เป็นต้น

“สังคมของคนที่นี่ก็เปลี่ยนไปมาก รูปแบบการใช้ชีวิตก็เปลี่ยนไป โดยเฉพาะช่วงที่มีตลาดน้ำที่ี่รุดจะติดมาก คนที่ใช้ชีวิตแถวนี้ก็เริ่มเบื่อ แต่คนที่ยังพึ่งพาการท่องเที่ยวเค้าก็ต้องทน”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนท์ลายพิเศษหญิง
จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 20 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งของที่นี่คือเรื่องขยะ นักท่องเที่ยวมีมาก ขยะก็มีมากขึ้น ทั้งที่ทิ้งลงถังกำจัดกันไม่ทันก็ปัญหาหนึ่ง ที่ทิ้งไม่เป็นที่ก็ปัญหาหนึ่ง”

ลุงคลอง (นามสมมติ)
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เมื่อก่อนวิ่งเรือได้ทั้งคืน ได้เงินมาก แต่คนที่อยู่ริมน้ำเค้าบอกว่าเรือเสียงดัง ตลิ่งพัง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“แต่ที่กระทบมากเลยคือเรื่องคลื่นจากเรือที่มีมากตอนที่อัมพวาบูมใหม่ๆ เรือวิ่งดูหึ่งห้อยกันทั้งคืน จนตลิ่งบ้านพังหมด ต้องไปหาไม้มาปัก หาหินมาทำเขื่อนหมดไปหลายบาทเลย เงินที่ได้จากโฮมสเตย์ก็ต้องเอามาทำเขื่อนซะเกือบหมด”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวามีแนวโน้มว่าจะสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชนอัมพวาได้ เนื่องจากสามารถสร้างงานและรายได้ ส่งเสริมการพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นสื่อกลางในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน และระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเอง

“มันอยู่ที่เราพอเพียงไหม ถ้าเราพอเราก็จะหยุดทำลาย ถ้าเราพอเงินก็ไม่ใช่เรื่องสำคัญ เราก็มีเวลาไปทำเรื่องอื่นๆ ... ทำแบบพออยู่ได้ ทำให้ชาวบ้านละแวกนี้ได้มีงานทำ คนหนุ่มสาวกลับมาทำธุรกิจ กลับมาช่วยที่บ้าน และพื้ก็อยู่ได้ พื้ก็พอแล้วนะ ทำให้พื้ก็มีเวลาไปทำอย่างอื่น พื้กับคนที่รู้จักสนิทกันก็รวมกลุ่มรวมก้อนกันเป็นวิสาหกิจชุมชน ช่วยกันทำงานกับชาวบ้านคนอื่น ๆ ให้ทุกคนมีรายได้ร่วมกัน บ้างก็ช่วยกันทำงานบุญงานประเพณี วันเด็ก วันแม่ วันสารท

พวกนั้น พี่ชอบทำงานกับคนกับชุมชน ... พวกฐานการเรียนรู้พวกนี้พี่ถือว่าเป็นความยั่งยืนทางสังคมนะ พี่ได้สืบทอดภูมิปัญญาความรู้เก่าๆ ของอัมพวาให้ยังคงอยู่ ขณะเดียวกันคนในละแวกนี้ที่ทำอะไรทำสวนไม่ไหวแล้วก็ต้องมีอะไรให้ทำ นอกจากมีเงินแล้ว ก็มีกลุ่มมีก้อน มีสังคม เวลาทีมงานคนกลุ่มนี้ก็จะเป็นตัวตั้งตัวตีในการทำงานของชุมชน เราอยู่กันแบบพี่น้อง มีอะไรก็ช่วยเหลือกันและกัน อยู่ได้เหมือนๆ กันไม่เอาเปรียบกัน”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

“ที่นี้มีนักท่องเที่ยวมาตลอด ยายก็ไม่ต้องนั่งเหงาอยู่บ้าน ได้มาทำขนม มาสอนคนทำขนม มีเพื่อนคุย แล้วก็ได้เงินเล็กๆ น้อยๆ บ้าง ไม่ต้องพึ่งลูกหลานมาก ยายก็ดีใจเดินจากบ้านมานิดเดียวก็ถึงแล้ว”

ยายขนม (นามสมมติ)

(สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557)

11. กระบวนการควบคุมภายใน (Local Control)

ปัจจุบันชุมชนอัมพวามีกระบวนการควบคุมภายในอยู่บ้าง เช่น การออกกฎและขอความร่วมมือของตึกเรือท่องเที่ยวหลังเวลา 21.00 น. การกำหนดบทลงโทษสำหรับเรือยนต์ดัดแปลงที่สร้างมลภาวะทางเสียง การรวมกลุ่มของผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำที่อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลที่กำหนดให้สมาชิกใส่ผ้ากันเปื้อนและหมวกในการขายอาหาร หรือแม้กระทั่งการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อคัดค้านการก่อสร้างของโครงการชูชัยบุรี เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่าความร่วมมือที่เกิดขึ้นในบางพื้นที่มีลักษณะของการร่วมมือเฉพาะภายในพื้นที่ แต่ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างพื้นที่ ในขณะที่หน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือกิจกรรมที่มีคุณค่าของชุมชนในระดับต่ำ

“แต่เดี๋ยวนี้เลิกให้วิ่งทั้งคืนพอช่วยชะลอการพังทลายของตลิ่งลงได้บ้าง ... แต่กว่าจะได้ข้อตกลงนี้ ชาวบ้านแถวนี้ได้รับผลกระทบมาก ต้องออกแรงกันมากไปร้องเรียนหน่วยงานต่างๆ แต่ก็เหมือนไม่ได้รับความช่วยเหลือเท่าที่ควร ชาวบ้านเลยรวมตัวกันคุยกับเจ้าของเรือเพื่อหาทางออกร่วมกัน ตอนแรกก็เหมือนจะตกลงกันไม่ได้ เพราะส่วนใหญ่เป็นคนข้างนอกมาทำเค้าก็จะคิดถึงผลกำไรและไม่เข้าใจว่าชาวบ้านต้องเจออะไรบ้าง ถึงขนาดที่เรารณรงค์ให้คนแถวๆ นี้ใช้เรือพายพานักท่องเที่ยวไปคุ้งห้อย แต่ก็สู้คลื่นจากเรือยนต์ไม่ได้ต้องเลิกไปเพราะอันตราย สุดท้ายก็ได้ข้อตกลงที่ดีที่สุดคือจำกัดเวลาการวิ่ง เลิกวิ่งทั้งคืน ไม่ส่งเสียงดังรบกวนชาวบ้าน และไม่ละเมิด

ความเป็นส่วนตัวของชาวบ้านที่ใช้ชีวิตริมน้ำ ในขณะที่ชาวบ้านเองก็ต้องแก้ไขและป้องกันปัญหาของตนเองด้วย เช่น ทำเขื่อน ทำไม้กั้นไม่ให้เรือเข้ามาใกล้ตลิ่งมากเกินไป”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

“เรื่องรถติด ชุมชนก็พยายามแก้ไขเท่าที่จะทำได้ มีการรวมเงินกันจากเจ้าของเรือท่องเที่ยวเพื่อจ้างอาสาสมัครมาคอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ส่วนพวกน้ำมีที่ว่างก็เปิดให้บริการที่จอดรถกับนักท่องเที่ยว แต่เพราะนักท่องเที่ยวมีมาก รถก็มาก มันก็เลยยังติดอยู่แบบนี้”

ผู้ให้บริการที่จอดรถ เพศหญิง อายุประมาณ 40 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“เมื่อก่อนวิ่งเรือได้ทั้งคืน ได้เงินมาก แต่คนที่อยู่ริมน้ำเค้าบอกว่าเรือเสียงดัง ตลิ่งพัง เดียวนี้ก็เลยให้วิ่งถึงแค่สามทุ่ม ... ก็เหมือนชูชัยบุรีซื้อบ้านริมน้ำแล้วก็ไปทำเป็นตึกชาวบ้านก็ต่อต้านกัน แต่ตอนหลังก็คุยกันว่าจะปรับให้เป็นแบบไทย ก็ถึงยอมให้สร้าง”

คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“คนที่มาเที่ยวอัมพวาก็ไม่ค่อยได้มาที่นี้นะ เพราะไม่รู้จะมายังไง พวกคนขับเรือเค้าไม่พามาเพราะต้องใช้เวลาทำกิจกรรมทำให้เค้าเสียรอบวิ่งเรือ ถ้าอยากจะให้ช่วยก็ช่วยตรงนี้หน่อย ให้ไปคุยกับเจ้าของเรือที่อัมพวาว่าให้มีรอบวิ่งมาที่นี้ ... พี่กับคนที่รู้จักสนิทกันก็รวมกลุ่มรวมก้อนกันเป็นวิสาหกิจชุมชน ช่วยกันทำงานกับชาวบ้านคนอื่นๆ ให้ทุกคนมีรายได้ร่วมกัน บ้างก็ช่วยกันทำงานบุญงานประเพณี วันเด็ก วันแม่ วันสารท พวกนั้น พี่ชอบทำงานกับคนกับชุมชน พี่ว่าถ้าพวกเราที่เป็นคนที่นี่ไม่ทำแล้วใครจะมาทำให้เรา”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา
(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าชุมชนจะมีกระบวนการควบคุมภายในบ้างแล้ว ดังกล่าวข้างต้น แต่กระบวนการควบคุมภายในที่มีอยู่อาจยังไม่เพียงพอต่อการสานต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและชุมชน เนื่องจากยังปรากฏลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับองค์ประกอบของความยั่งยืนในบางมิติ เช่น ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมกันทางสังคม ดังกล่าวไปแล้วข้างต้น

12. ความรุ่งเรืองโดยพร้อมของชุมชน (Local Prosperity)

ความรุ่งเรืองโดยพร้อมของชุมชนเป็นองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นผลจากองค์ประกอบของความยั่งยืนทั้ง 11 ด้านข้างต้น ดังนั้นความรุ่งเรืองโดยพร้อมของชุมชนอัมพวาจึงหมายถึง การที่ชุมชนมีศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และมีรายได้เสริมจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานในอาชีพเกษตรเพิ่มขึ้น และมีการจ้างงานในหน้าที่หรืออาชีพใหม่เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการกระจายรายได้ ในขณะที่เดียวกันก็เกิดการพัฒนาทางสังคมจากการพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพไม่ว่าจะเป็น การคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภคและเทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ ที่จะกระจายการพัฒนาไปยังทุกพื้นที่ของชุมชนอัมพวาตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถออกแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประสบการณ์และความสนใจของตนเองในสถานที่ใดๆ ที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงความสามารถในการสานต่อความร่ำรวยทางวัฒนธรรมจากการใช้กิจกรรมเชิงวิถีชีวิตของคนในชุมชน ได้แก่ กิจกรรมการทำสวนผลไม้ สวนมะพร้าว การทำน้ำตาลมะพร้าว ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการส่งต่อ ถ่ายทอด สละสลวยภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมนั้นต่อไป ทั้งนี้เป็นการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากกระบวนการควบคุมภายในของชุมชน ที่อยู่ภายใต้ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ที่จะทำให้ชุมชนยังคงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ทางธรรมชาติทั้งระบบนิเวศทางน้ำ พรรณไม้ ฯลฯ และความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมของชุมชนอัมพวา และสนับสนุนกันอย่างเป็นวัฏจักร

4.2.2.3 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จากลักษณะที่ปรากฏของชุมชนอัมพวาตามองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎีดังกล่าวไปข้างต้นนั้น พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาสะท้อนมิติของการมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน และยังพบช่องว่างระหว่างลักษณะที่ปรากฏกับองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎีในหลายด้าน แต่สำหรับชุมชนอัมพวาพบว่าหลายองค์ประกอบทางทฤษฎีสามารถรวมไว้เป็นองค์ประกอบเดียวที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนอัมพวา โดยนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนอัมพวาได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ต้องมีคนมาเที่ยวตลอด คนขายของอยู่ได้ อัมพวา ก็จะสามารถอยู่ได้ไปตลอด”

เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง
มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“อัมพวามีความเก่าๆ มีเสน่ห์หน่อยๆ แต่ก็ไม่ได้ขนาดไปเที่ยว โบราณสถาน มีความบันเทิงอยู่ในความเก่าด้วย สมัยนี้ก็เรียกว่ามันซิค มันแนว มาถ่ายรูปลสวยๆ เซลล์ที่ อัมพพล่ะอะไรแบบนั้น คล้ายๆ กับเพลินวานแบบนั้น แต่ที่นั่นมันใหญ่กว่า และดูจริงกว่า ... การมาอัมพวาแต่ละครั้งไม่ค่อยทำอะไรแตกต่างไปจากเดิม แต่ก็ยังมาได้เรื่อยๆ นะ คงเป็นเพราะมีเพื่อน มีของให้กิน มีของให้ซื้อ ใกล้กรุงเทพฯ มาง่าย มีบ้านพักไม่แพง เป็นผู้หญิงต้องดูเรื่องความปลอดภัย การเดินทางด้วย”

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ที่ว่าเรื่องคนในชุมชนสำคัญนะ ถ้าคนในชุมชนเข้มแข็งยึดผลประโยชน์ ของชุมชนมากกว่าประโยชน์ของตัวเอง ดูแลอัมพวาให้ดีให้อยู่แบบนี้ต่อไปให้ได้ ยิ่งเป็นการท่องเที่ยว แบบนี้คนต้องเข้มแข็งมากเลยนะ ไม่งั้นใครเข้ามาทำอะไรผิดๆ ถ่ายทอดความรู้ ทำกันแบบผิดๆ สิ่งที่เป็นของอัมพวามันก็บิดเบี้ยวไป”

นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“แหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปตามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้ทุกวัน จะยั่งยืน ไหมก็คงต้องใช้ความร่วมมือจากทั้งนักท่องเที่ยวด้วย เพราะนักท่องเที่ยวเดี๋ยวนี้ขาดความรับผิดชอบ แบบนั้นการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้อย่างไร รัฐก็ไม่ควบคุมจัดการอะไร เห็นแค่ว่าพวกนี้มีเงิน แต่เอาเข้าจริง จ่ายเงินให้คนในชุมชนสักกี่บาท ชาวบ้านไม่ค่อยได้อะไรจากนักท่องเที่ยวพวกนี้ มีแต่สกปรก คนทำ ธุรกิจท่องเที่ยวเองต้องคิดถึงประเทศในระยะยาวมากขึ้น คนในชุมชนต้องกล้าต่อสู้เพื่อบ้านตัวเอง ใครทำอะไรที่ทำลายบ้านเราเราก็ต้องปกป้องบ้าง”

นักท่องเที่ยวเพศชาย จากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี
(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

“ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พี่วาก็คงไม่ต่างกันนะ เพราะจะการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ วิถีชีวิต เชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พี่ก็เป็นมาหมดแล้ว พี่ก็ทำเหมือนเดิมอย่างที่เคยทำ มันก็ยังอยู่มาจนทุกวันนี้ พี่ว่ามันอยู่ที่เราพอเพียงไหม ถ้าเราพอเราก็จะหยุดทำลาย ถ้าเราพอเงินก็ไม่ใช้เรื่องสำคัญ เราก็มีเวลาไปทำเรื่องอื่น ... ที่นี้มีฐานการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนซึ่งถือว่าเป็นความยั่งยืนทางสังคมนะ พี่ได้สืบทอดภูมิปัญญาความรู้เก่าๆ ของอัมพวาให้ยังคงอยู่ ขณะเดียวกันคนในละแวกนี้ที่ไร่ทำสวนไม่ไหวแล้วก็ให้มีอะไรให้ทำ นอกจากมีเงินแล้ว ก็มีกลุ่มมีก้อน มีสังคม เวลาทีมงานกลุ่มนี้ก็จะเป็นตัวตั้งตัวตีในการทำงานของชุมชน เราอยู่กันแบบพี่น้อง มีอะไรก็ช่วยเหลือกันและกัน อยู่แบบอยู่ได้เหมือนๆ กันไม่เอาเปรียบกัน”

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา

(สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

“ความยั่งยืนมันอยู่ที่การจัดการ การรับมือการเปลี่ยนแปลง ถ้าอยากให้อยั่งยืนด้านอื่นๆ ก็อาจต้องลดผลประโยชน์ในเชิงรายได้ลง ให้อยู่แบบได้น้อยๆ แต่กินนานแบบนั้น”

เจ้าของร้านขายเสื้อยืดเพนต์ลายพิเศษ

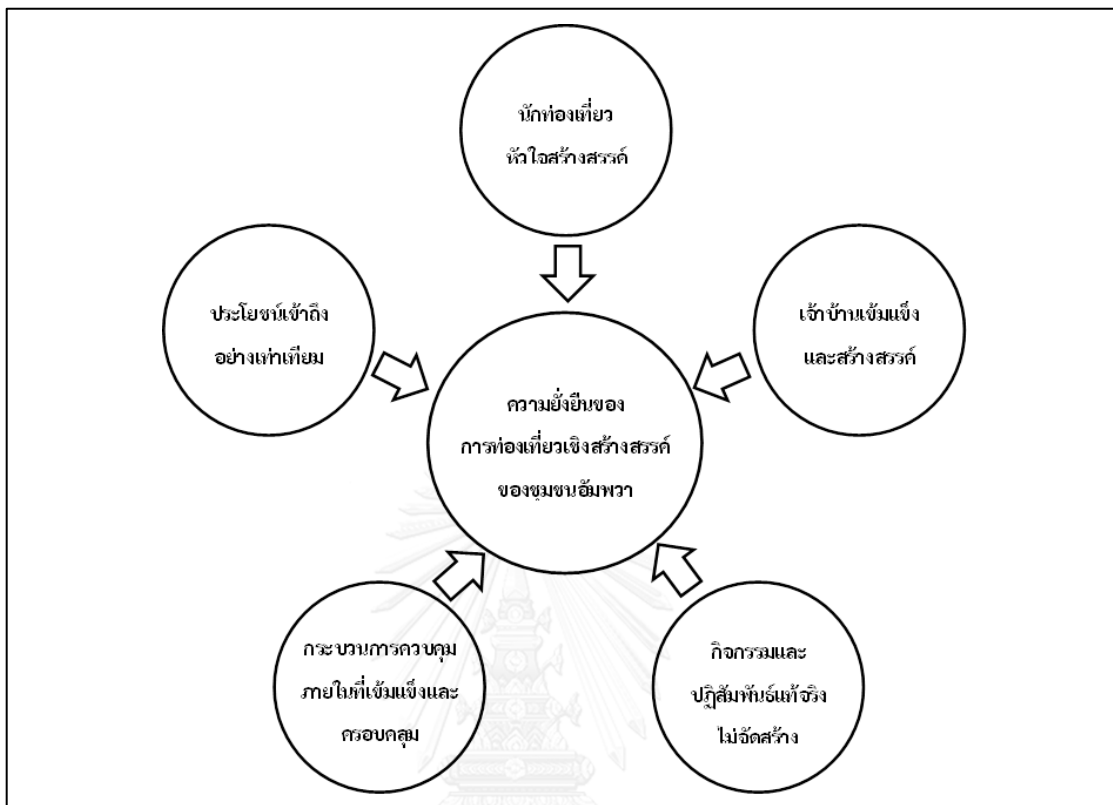
จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 20 ปี

(สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557)

จากความเห็นของนักท่องเที่ยวและสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาข้างต้น ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ดังภาพที่ 40

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 40 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ที่มา: ผู้วิจัย, 2558

จากภาพที่ 40 สามารถอธิบายได้ว่าองค์ประกอบหลักของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยวหัวใจสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการกระทำของนักท่องเที่ยวจึงมีผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่จะช่วยส่งเสริมความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาได้ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีความสนใจในกิจกรรมที่มีความแท้จริงของชุมชนอัมพวา จึงมีความเต็มใจที่จะอยู่ในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นไปตามวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชนอัมพวา

- ไม่เรียกร้องต่อความสะดวกสบาย หรือกิจกรรมที่ขัดกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนอัมพวา หรือเกินขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา
- ไม่ตัดทวงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวจนส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหายแก่วัฒนธรรม หรือทรัพยากรของชุมชนอัมพวา
- มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ส่งผลต่อชุมชน
- ตระหนักและเห็นความสำคัญของการมีอยู่ของทรัพยากรวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน

2. เจ้าบ้านเข้มแข็งและสร้างสรรค์

เจ้าบ้านหรือสมาชิกของชุมชนอัมพวา เป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีบทบาทในฐานะผู้ส่งมอบประสบการณ์อันแท้จริงให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นเจ้าบ้านหรือสมาชิกของชุมชนอัมพวาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีลักษณะหรือมีการดำเนินการดังต่อไปนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนมีความยั่งยืน

- มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีขอบเขตตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือกิจกรรมที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้การส่งต่อทางวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกบิดเบือนหรือลดทอนความดั้งเดิม หรือคุณค่า หรือความแท้จริงของวิถีชีวิตหรือกิจกรรมของชุมชน
- มีความภาคภูมิใจต่อกิจกรรม วัฒนธรรม หรือทรัพยากรของชุมชนที่มีคุณค่า สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากเสน่ห์หรือคุณค่าที่มีอยู่ในกิจกรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน และสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับชุมชนจากกิจกรรม วัฒนธรรม หรือทรัพยากรที่ไม่ได้ถูกปรุงแต่ง เปลี่ยนแปลง หรือลงทุนเพิ่มเติม
- มีการสร้างการรับรู้ถึงปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดเป้าหมายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีความยินดีและให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของชุมชน คำนึงถึงประโยชน์โดยรวมของชุมชนมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว
- มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้จัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสม และเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองของ

ชุมชนกับสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว หรือนายทุนจากภายนอก รวมถึงอำนาจการต่อรองกับภาครัฐ

- มีตัวแทนจากเครือข่ายการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นคณะบริหารงานกลางเครือข่าย เพื่อให้การสื่อสารและการทำงานร่วมกันของแต่ละเครือข่ายเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องกำหนดไว้แล้วร่วมกัน

3. กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์แท้จริงไม่จัดสร้าง

กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเป็นกิจกรรมที่มีความแท้จริง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงจะมีความยั่งยืน หรือกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ควรมีลักษณะดังนี้

- เป็นกิจกรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวันหรือประจำเทศกาลของชุมชนแต่ดั้งเดิมตามวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชน

- ส่งเสริมกิจกรรมให้เป็นที่รู้จักในฐานะกิจกรรมที่มีเสน่ห์และทรงคุณค่า ไม่ใช่เพียงกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาศึกษา แลกเปลี่ยน เรียนรู้คุณค่าของกิจกรรมหรือวิถีชีวิตนั้นๆ ของชุมชน

- ต้องไม่ใช่กิจกรรมที่จัดสร้างหรือจัดฉาก หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ หรือกิจกรรมที่เกินขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน

4. กระบวนการควบคุมภายในเข้มแข็งและครอบคลุม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน ต้องมาจากการมีกระบวนการโดยชุมชนเป็นกลไกในการควบคุมหรือกำหนดขอบเขตของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน โดยการกระบวนการควบคุมภายในควรมีลักษณะดังนี้

- กระบวนการควบคุมของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากการตกลงร่วมกันของสมาชิกของชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- กระบวนการควบคุมภายในต้องมีความเข้มแข็งและครอบคลุมทุกมิติ รวมถึงบทลงโทษที่เข้มงวดสำหรับนักท่องเที่ยว สมาชิกผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและนักลงทุนภายนอกที่ไม่ปฏิบัติตามหรือละเมิดต่อข้อกำหนดตามกระบวนการควบคุมของชุมชน เพื่อเป็นการจำกัดคุณภาพของนักท่องเที่ยวและสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามคุณลักษณะที่ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวไปแล้วข้างต้น

- มีการคำนึงถึงการจัดการทรัพยากรของชุมชนที่มีความเท่าเทียม ทั้งในเชิงบทบาท คือ จัดสรรทรัพยากรของชุมชนออกเป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรเพื่อกิจกรรมดั้งเดิม และทรัพยากรเพื่อการอนุรักษ์ และความเท่าเทียมในเชิงพื้นที่ คือ แบ่งปันทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จัดสรรในเชิงบทบาทแล้วให้เข้าถึงในทุกพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินกิจกรรมอยู่ได้อย่างยั่งยืนและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในทุกมิติ

5. ประโยชน์เข้าถึงอย่างเท่าเทียม

- การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาต้องก่อให้เกิดผลได้กับสมาชิกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนทั้งการกระจายรายได้ การจ้างงาน การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี การเข้าถึงหรือการได้ประโยชน์จากทรัพยากรหรือการพัฒนาสาธารณูปโภคได้อย่างเท่าเทียม เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

- การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนก็ต้องไม่ทำให้สมาชิกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนรู้สึกเสียประโยชน์ จากการเกิดขึ้นหรือการมี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหามลภาวะ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาการจราจร เป็นต้น

4.3 ข้อเสนอแนะต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ในขณะที่การวิเคราะห์องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามในหัวข้อที่ผ่านมา ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยว สมาชิกและเครือข่ายของชุมชนอัมพวา และรัฐยังมีคุณลักษณะที่ไม่สนับสนุนความสมบูรณ์ขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังพบว่าชุมชนอัมพวายังมีลักษณะบางอย่างที่ไม่สะท้อนหรือไม่เพียงพอสำหรับองค์ประกอบของความยั่งยืนในบางมิติ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติอื่น และส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของชุมชนในที่สุด เนื่องจากองค์ประกอบของความยั่งยืนในทุกมิติต่างมีความเชื่อมโยงต่อกัน และเชื่อมโยงต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และชุมชนอย่างเป็นวัฏจักรตามภาพที่ 15 ดังกล่าวไปแล้วข้างต้น ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา มีความยั่งยืนและสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในระยะยาว มีความสอดคล้องกับ

นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และสมาชิกของชุมชนอัมพวาที่มีต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ดังนั้นชุมชนอัมพวาควรมีการดำเนินการเพื่อลดช่องว่างขององค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่มากสำหรับชุมชนอัมพวา ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนก็มีบทบาทอย่างมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงการสร้างสรรคกิจกรรม และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังนั้นในเบื้องต้นจึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนอัมพวาได้ ทั้งนี้เพื่อให้คนในชุมชนสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความสนใจของนักท่องเที่ยวและเป็นไปตามความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาได้อย่างถูกต้องและบรรลุวัตถุประสงค์ของความยั่งยืน

2. เพิ่มความร่วมมือระหว่างภาครัฐและชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนอัมพวาทั้งการท่องเที่ยวแบบมวลชน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เพิ่มเกิดขึ้นนั้น ต้องยอมรับว่าที่ผ่านมาภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือและการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนไม่มากนัก แต่ยังคงต้องการผลทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ให้กับภาพรวมของชุมชนและหน่วยงาน ดังนั้นในการเริ่มต้นใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา ซึ่งแม้ว่าบทบาทและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในชุมชนจะมีความสำคัญมากกว่าบทบาทของรัฐ แต่รัฐยังจำเป็นต้องทำหน้าที่เป็นผู้ติดตามสถานการณ์และให้การอำนวยความสะดวกแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เหล่านั้นเช่นเดียวกัน โดยต้องมีความกระตือรือร้นและความจริงจังในการมีส่วนร่วมในบทบาทดังกล่าวมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน โดยเฉพาะการส่งเสริมด้านความรู้ความเข้าใจและการเป็นหน่วยงานกลางในการเริ่มต้นสร้างความร่วมมือภายในชุมชน

3. เพิ่มความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายที่มีอยู่ และสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายต่างๆ ภายในชุมชน

จากสถานการณ์ความร่วมมือของชุมชนอัมพวาในปัจจุบัน ซึ่งมีความร่วมมือของเครือข่ายต่างๆ อยู่ แต่ขาดความร่วมมือระหว่างเครือข่ายดังกล่าวไปแล้วข้างต้น ทำให้เครือข่ายที่มีอยู่มีอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐ นักท่องเที่ยว รวมถึงนายทุนที่เข้ามาประกอบกิจการในพื้นที่ของชุมชนไม่มากนัก ซึ่งทำให้กระบวนการควบคุมภายในของชุมชนขาดความเข้มแข็งและไม่สามารถสร้าง

ความสมบูรณ์ขององค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติอื่นๆ ได้เช่นกัน โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายและสมาชิกของชุมชนจำเป็นต้องมีความเข้าใจต่อสถานการณ์หรือปัญหาของชุมชนร่วมกัน และมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน อย่างไรก็ตามในการสร้างความร่วมมือในระยะแรกของชุมชนอัมพวาอาจจำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องได้ประโยชน์จากการร่วมมือที่เกิดขึ้นแบบสมประโยชน์ทุกฝ่าย (win-win advantage) เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างเครือข่ายได้ง่ายขึ้น และภาครัฐอาจเป็นศูนย์กลางให้เกิดความร่วมมือในระยะแรก

4. การถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้กับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความรู้ความเข้าใจต่อภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ถูกต้องของผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อองค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติความร่ำรวยทางวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนกลไกในการส่งต่อความร่ำรวยทางวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้นความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้ส่งมอบบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ย่อมทำให้วัฒนธรรมที่ถูกส่งต่อมีความถูกต้องและมีความแท้จริงสืบไป ดังนั้นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้นำกิจกรรมสร้างสรรค์ของชุมชน ผู้บรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงผู้ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวควรได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ถูกต้องตั้งแต่ที่มาที่ไป ระเบียบขั้นตอน ความเป็นเหตุเป็นผล หรือเรื่องเล่าที่ทรงคุณค่า โดยอาศัยความร่วมมือของเครือข่าย สมาชิกชุมชนโดยเฉพาะผู้ที่ได้รับยกย่องเป็นปราชญ์ชาวบ้านในด้านต่างๆ และสมาชิกที่มีบทบาทในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกัน โดยควรทำเป็นประจำ และสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนปิดเปี้ยวเพราะแรงหนุนจากปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจนำเอาหลักการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มาประยุกต์ใช้ในการคงไว้ซึ่งภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวาในลักษณะที่เป็นของชุมชนเองต่อไป

5. คงพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและจำกัดขอบเขตธุรกิจหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความยั่งยืน

ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชน และสร้างรายได้ให้กับชุมชนอัมพวาได้อยู่มาก หากแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แสดงลักษณะที่สอดคล้องตามองค์ประกอบของความยั่งยืนในหลายด้าน ดังนั้นชุมชน และเครือข่ายของชุมชนต้องจำกัดการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมเหล่านี้ให้อยู่ในขอบเขตพื้นที่เดิม หรือลดขอบเขตพื้นที่ของกิจกรรมที่ส่งผลต่อความแข็งแรงขององค์ประกอบของ

ความยั่งยืนในแต่ละด้าน ควบคู่กับสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แท้จริงในพื้นที่ที่ยังแสดงออกถึงวิถีชีวิตเกษตรกรรมริมน้ำในสังคมชนบทที่หลงเหลืออยู่ ภายใต้ขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวยังสามารถรับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวในหลากหลายมิติต่อไป โดยการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือที่เกิดขึ้นของสมาชิกในชุมชนและเครือข่ายที่มีอยู่เดิมในการกำหนดดำเนินการดังต่อไปนี้

5.1 คงพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม

ตลาดน้ำยามเย็น ยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องด้วยกิจกรรมสันตนาการที่หลากหลาย เพิ่มช่องทางทางธุรกิจให้กับชุมชน นำมาซึ่งรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน จึงควรคงพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ไว้และเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวรวมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนอัมพวามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชนต่อไป

5.2 การปรับเส้นทางถนนเรือชมหิ่งห้อย

ปัจจุบันเส้นทางถนนเรือชมหิ่งห้อยจะเริ่มต้นจากคลองอัมพวา และวิ่งตามเข็มนาฬิกาไปยังคลองผีหลอก เข้าสู่แม่น้ำแม่กลอง และกลับมาเทียบท่าที่จุดเริ่มต้น ซึ่งใช้เวลาประมาณ 45 - 75 นาที โดยจะจอดชมหิ่งห้อยทุกจุดที่มีหิ่งห้อยอาศัยอยู่ไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง (ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อการแสดงตัวของหิ่งห้อย) ซึ่งมีให้เห็นได้ตั้งแต่ริมคลองผีหลอก และแม่น้ำแม่กลอง อย่างไรก็ตามเส้นทางช่วงผ่านคลองอัมพวา และคลองผีหลอก เป็นช่วงที่มีบ้านเรือนตั้งอยู่จำนวนมากและลำคลองมีขนาดไม่กว้างมากนัก การใช้เส้นทางในช่วงนี้จึงเป็นช่วงที่กระทบต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน แต่หากเปลี่ยนเส้นทางชมหิ่งห้อยโดยวิ่งทวนเข็มนาฬิกาจากคลองอัมพวา ออกไปสู่แม่น้ำแม่กลอง และชมหิ่งห้อยเฉพาะที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองทั้งสองฝั่งโดยไม่ต้องวิ่งเข้าไปในคลองผีหลอก หรือคลองอัมพวา จะลดผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนในชุมชน เนื่องจากแม่น้ำแม่กลองมีขนาดกว้างกว่าคลองสาขา ความรุนแรงของคลื่นจากเรือที่มีต่อการพังทลายของตลิ่งจะลดลง และริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองมีคนอาศัยอยู่ไม่หนาแน่น กิจกรรมการชมหิ่งห้อยจึงไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของสมาชิกในชุมชนมากนัก

5.3 กำหนดขอบเขตการขยายตัวของธุรกิจที่พักเพื่อลดการรบกวนพื้นที่เกษตรกรรมดั้งเดิม

การขยายตัวของธุรกิจบริการที่พักแรมส่งผลกระทบต่อลดลงของพื้นที่เกษตรกรรมริมน้ำ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนอัมพวา ซึ่งเป็นประสบการณ์หลักที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ

จากชุมชนอัมพวา ดังนั้นหากพื้นที่ดั้งเดิมเหล่านี้ถูกเปลี่ยนรูปจนหมดอาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในอนาคต ดังนั้นเครือข่ายและสมาชิกของชุมชนจะต้องร่วมกันในการกำหนดขอบเขตความสามารถรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนที่เหมาะสม โดยอาจกำหนดในรูปของสัดส่วนระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ต่อพื้นที่ของชุมชน และสัดส่วนการใช้พื้นที่ระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

6. สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสื่อกลางในการสร้างและพัฒนาความร่วมมือระหว่างชุมชน

ในการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนและเครือข่ายเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอัมพวาและการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพवादำรงอยู่ได้อย่างเกื้อหนุนกัน จะต้องสร้างความร่วมมือร่วมและความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ทั้งหมดของชุมชนอัมพวาให้ได้ โดยอาจใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสื่อกลางในการสร้างความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างชุมชน โดยสร้างเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนขึ้น เช่น ทำน้ำตาลที่หมู่บ้าน ก. ทำขนมไทยที่หมู่บ้าน ข. เป็นต้น ตามทฤษฎีการแบ่งงานกันทำ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายจากการเดินทางมาเที่ยวในชุมชนอัมพวา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจการท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวาได้มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ที่ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในช่วงเริ่มแรกของการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวอาจต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐเป็นสื่อกลางในการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวและสร้างความมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในกิจกรรมดั้งเดิมต่างๆ ของชุมชน

7. พัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพพื้นฐานที่จำเป็น

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบของความยั่งยืนในมิติความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรได้รับการพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

7.1 การพัฒนาโครงข่ายการให้บริการการขนส่งทั้งทางบก และทางน้ำ

- เครือข่ายของชุมชนมีหน้าที่ในการพึ่งพาตนเองในระดับแรก โดยดูแลและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมขนส่งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในเบื้องต้น เช่น การถมถนนช่วงที่เป็นหลุมเป็นบ่อ เป็นต้น ในขณะเดียวกันภาครัฐก็ควรให้การสนับสนุนการปรับปรุงถนนที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความแข็งแรงมากขึ้น

- เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มบริการรับ – ส่งนักท่องเที่ยวจากตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้อาจเป็นบริการที่คิดค่าบริการจากนักท่องเที่ยวหรือไม่ก็ได้
- เครือข่ายความร่วมมือตกลงร่วมกันในการจัดรอบเรือเพื่อรับ – ส่งนักท่องเที่ยวจากตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างน้อยวันละ 2 รอบคือช่วงเช้า และช่วงบ่าย โดยที่คนขับเรือไม่ต้องอยู่รอนักท่องเที่ยวในระหว่างทำกิจกรรม แต่ให้มารับนักท่องเที่ยวหลังเสร็จกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องออกแบบกิจกรรมที่มีระยะเวลาพอดีกับรอบการรับ – ส่งของเรือโดยสาร เพื่อไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวหรือคนขับเรือต้องมารอกัน

7.2 การพัฒนาทางสารสนเทศ

- เครือข่ายและสมาชิกของชุมชนจัดทำป้ายบอกทางที่มีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น และหน่วยงานรัฐควรให้การสนับสนุนการทำป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเป็นมาตรฐาน
- เครือข่ายชุมชนหรือหน่วยงานรัฐจัดตั้งจุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของชุมชนอัมพวาอย่างทั่วถึง
- เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือหน่วยงานรัฐจัดตั้งจุดแสดงข้อมูลเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือเรื่องเล่าที่เพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ที่มาของการทำน้ำตาลมะพร้าว เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว เครื่องมือที่มีความเฉพาะถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้ควรจัดทำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และต้องมีการบำรุงรักษาจุดแสดงข้อมูลที่อยู่ในชุมชนให้มีความสวยงามน่ามองอยู่เสมอ

7.3 การพัฒนาทางเทคโนโลยี

เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีการติดตั้งไวไฟ (wifi) เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบวิถีชีวิตของคนในสังคมสมัยใหม่ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนก็ได้ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเลือกหรือส่งมอบปฏิสัมพันธ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวยังได้ประโยชน์ในแง่ของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบปากต่อปากจากการเผยแพร่กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสลงมือทำผ่านสังคมเสมือนต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันด้วย

7.4 การให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชนอัมพวา ตั้งอยู่ริมคลองผีหลอก อยู่ลึกจากถนนหลักของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้หญิงขาดความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

- ชุมชนและเครือข่ายร่วมมือกันในการเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่/อาสาสมัครในการดูแลรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้อาจอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นโดยไม่คิดค่าตอบแทน หรือรวบรวมเงินค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่/อาสาสมัครจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่
- เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงที่พักอาศัยและพื้นที่การทำกิจกรรมให้ถูกสุขลักษณะ น่าดู น่าอยู่ น่ามองอยู่เสมอ
- สมาชิกและเครือข่ายของชุมชนอาจกำหนดบทลงโทษและความเข้มงวดสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบกิจการที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการคัดกรองนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่มีคุณภาพในอนาคตด้วย
- หน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาระบบส่องสว่างตลอดบนเส้นทางเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- หน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนการติดตั้งกล้องวงจรปิดบริเวณจุดเสี่ยง

8. การขยายขอบเขตของกระบวนการควบคุมภายใน

แม้ว่าปัจจุบันชุมชนอัมพวาจะมีลักษณะที่แสดงออกถึงการมีกระบวนการควบคุมภายในอยู่แล้ว แต่กระบวนการควบคุมภายในที่มีอยู่อาจยังไม่เพียงพอต่อการสานต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและชุมชน เนื่องจากยังปรากฏลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับองค์ประกอบของความยั่งยืนในบางมิติดังกล่าวแล้วในหัวข้อที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าสมาชิกและเครือข่ายของชุมชนควรมีการขยายขอบเขตของกระบวนการควบคุมภายในเพิ่มมากขึ้น โดยอาจอาศัยกรอบในการกำหนดตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนของชุมชน และความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ในการสร้างกระบวนการควบคุมภายในของชุมชนได้ เช่น The Guidebook on Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations (World Tourism Organization [UNWTO], 2004) The European tourism indicator system (The European Commission, 2013) ซึ่งครอบคลุมในเรื่องต่อไปนี้

- สัดส่วนการใช้พื้นที่ระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

- สัดส่วนระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ต่อพื้นที่ของชุมชน
 - สัดส่วนพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว กิจกรรมชุมชน และพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์ เป็นต้น
 - ปริมาณนักท่องเที่ยว และคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนสามารถรองรับได้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - สัดส่วนงานและการจ้างงานในอาชีพดั้งเดิมและอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน
 - ปริมาณ ขอบเขต และรูปแบบสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างใหม่ หรือโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - ขอบเขตกิจกรรมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมที่มีผลต่อการเปลี่ยนรูปทางวัฒนธรรมของชุมชน
 - ปริมาณและรูปแบบข้อมูลที่ต้องส่งต่อให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความตระหนักและสร้างความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรภายในชุมชน
 - รูปแบบและแนวทางในการจัดการขยะและมลภาวะที่เกิดขึ้นจากชุมชนและการท่องเที่ยว
 - สัดส่วนการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อแผนพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวในระดับนโยบาย
- เป็นต้น

9. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาไปสู่การพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ยังเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับ Workshop and Open source แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนและการท่องเที่ยวได้มากที่สุดควรเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกหรือกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างอิสระตามความสนใจและประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ (User-generated Content) นั่นหมายความว่าไม่ว่าจุดใดหรือพื้นที่ใดๆ ในชุมชนอัมพวาก็สามารถเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ อย่างไรก็ตามต้องเป็นไปตามความยินยอมและความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวของเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของกิจกรรมนั้นๆ ของชุมชน ซึ่งความยินยอมและยินดีต้อนรับจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนมีความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแนวทาง

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาไปสู่การพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชนอาจสามารถดำเนินการได้ดังนี้

9.1 พัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์

พื้นที่ชุมชนอัมพวายังมีกิจกรรมดั้งเดิมที่สะท้อนวิถีชีวิตเกษตรกรรมริมน้ำในสังคมชนบทอีกหลายกิจกรรมที่ไม่ได้รับการสนับสนุนให้เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างจริงจัง แต่สามารถพัฒนาให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เช่น กิจกรรมการทำขนมไทย การทำสวนลื่นจีลิลปะช่าง 10 หมู่ การใช้ชีวิตของชุมชนริมน้ำ (การทอดแหหาปลา การผลิตเครื่องมือหาปลาแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นต้น) หรือกิจกรรมในวันเทศกาล เช่น การทอดกฐินทางน้ำ การลอยกระทงสาย กาบกล้วย เป็นต้น

9.2 ขยายขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน

กิจกรรมสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำขนมไทย ฯลฯ ต่างเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่มีอยู่ในปัจจุบันเพียงแห่งเดียว หากแต่กิจกรรมทั้งหมดกระจายตัวอยู่รอบพื้นที่ชุมชนอัมพวา ดังนั้นจึงสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนอัมพวาให้มีมากกว่า 1 แห่ง ซึ่งเป็นไปในลักษณะการแบ่งงานกันทำตามความถนัดของแต่ละชุมชน และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน และความเจริญของชุมชนอย่างทั่วถึง

9.3 เปลี่ยนรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา มักมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์สถานที่ฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญไปที่การขายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการมาท่องเที่ยวในลักษณะมาเพื่อชม มาเพื่อเห็น มาเพื่อพักผ่อน แต่ไม่ได้มาเพื่อลงมือทำ ซึ่งไม่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรเป็นการนำเสนอคุณค่าของกิจกรรม คุณค่าของวิถีชีวิต เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากคุณค่า ความงดงาม และความน่าสนใจของกิจกรรม หรือการทำให้ชุมชนอัมพวาเป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนที่รุ่งเรืองทางอารยธรรมและธรรมชาติ มากกว่าการเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและชุมชนภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี กรอบนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยกรอบการพิจารณาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นกรอบในการวิเคราะห์ สังเคราะห์เท่านั้น หากสมาชิกและเครือข่ายของชุมชนร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวทางอย่างแท้จริง และกำหนดกระบวนการควบคุมภายในของชุมชนที่มีความเข้มแข็งทั้งในเชิงความเข้มแข็งของกระบวนการ และความเข้มแข็งของความร่วมมือแล้วนั้น ชุมชนจะสามารถเรียกคืนความไม่สมดุลที่สูญเสียไปบางส่วนกลับมาสู่ชุมชน และสามารถนำมาซึ่งความเข้มแข็งขององค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในทุกองค์ประกอบ ที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนของชุมชนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อไปในที่สุด



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยทางการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และจัดทำข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยในบทนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับความยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยที่ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบอื่น คือ การที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์แท้จริง (Authentic Experience) จากการมีส่วนร่วมในการทำเช่นเดียวกับสิ่งที่คนในแหล่งท่องเที่ยวทำอยู่เป็นประจำ และให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสใช้ศักยภาพและความสร้างสรรค์ในการมีส่วนร่วมด้วยการลงมือของนักท่องเที่ยว (Active Participant) ไม่ใช่เพียงการมองดู ชื่นชม หรือซื้อหาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เท่านั้น (Richards, 2011; Richards และ Wilson, 2006) ทั้งนี้รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันตามระดับการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ขึ้นอยู่กับระยะเวลา โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนามากจะยิ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีบทบาทและมีส่วนร่วมมากขึ้นเท่านั้น โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาไปจนถึงระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) จะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมตั้งแต่การเลือกและกำหนดเนื้อหาและกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (User-generated content) (วุฒิไกรงามศิริจิตต์ และคณะ, 2557) ตามความสนใจหรือประสบการณ์เดิมในสถานที่ที่เกิดกิจกรรมนั้นๆ โดยให้ความสำคัญกับการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ ร่วมด้วย

ทั้งนี้แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีแนวโน้มนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว แต่เพื่อให้แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว และชุมชนได้ในระยะยาวนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงควรมีส่วนประกอบไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ผู้คน เครือข่าย และทรัพยากรของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ รวมถึงรัฐที่ส่งเสริมการเมืองค์ประกอบของความยั่งยืน 12 ด้านที่สอดคล้องกับแนวคิดการ

พัฒนาอย่างยั่งยืนและมิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP ซึ่งได้แก่ การเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยว (Visitor Fulfillment) ศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Viability) การจ้างงานที่มีคุณภาพ (Employment Quality) ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological Diversity) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency) ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม (Environment Purity) ความสมบูรณ์ทางกายภาพ (Physical Integrity) ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม (Cultural Richness) ความเท่าเทียมกันทางสังคม (Social Equity) คุณภาพชีวิตที่ดี (Community Well-being) กระบวนการควบคุมภายใน (Local Control) ความรุ่งเรืองโดยรวมของชุมชน (Local Prosperity) นอกจากนี้ทุกองค์ประกอบต่างส่งผลซึ่งกันและกัน และส่งผลถึงความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของชุมชนอย่างเป็นวัฏจักรด้วย

5.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ปัจจุบันองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาปรับใช้กับการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศ อย่างไรก็ตามพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับการส่งเสริมส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ยังไม่สอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงแนวคิดทฤษฎี เนื่องจากยังเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแค่การเยี่ยมชมเท่านั้น และสำหรับกิจกรรมบางส่วนที่เป็นไปตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบพัฒนาบริการใหม่เชิงการรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Direct Experience) ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริงแต่อยู่ในสถานที่ที่จัดขึ้นในรูปแบบนิทรรศการ (Workshop and Crowdsourcing) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และได้ทำเช่นเดียวกับคนในแหล่งท่องเที่ยว (Workshop and Open source) หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบพัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว (Experience and Journey) (วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ, 2557) แต่ยังไม่พบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาไปจนถึงขั้นสูงสุดที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเสรีในสถานที่ใดก็ได้ที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือยังไม่พบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ 3 หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยข้างต้น ทั้งนี้

เนื่องจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในประเทศไทยที่มีการกำหนดเส้นทางและเวลาการท่องเที่ยวอย่างตายตัว ขาดความยืดหยุ่นในความสำเร็จและการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

5.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สะท้อนระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาแบบพัฒนาบริการใหม่เชิงประสบการณ์และการเดินทางค้นหาของนักท่องเที่ยว (Experience and Journey) ได้แก่ กิจกรรมการทำน้ำตาลมะพร้าว กิจกรรมการประดิษฐ์เครื่องจักสานจากใบมะพร้าว กิจกรรมการทำขนมไทย

ในขณะที่กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในชุมชนอัมพวา เช่น การนั่งเรือชมหิ่งห้อย การนั่งเรือไหว้พระ 9 วัด เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับที่ไม่เพียงพอต่อการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ในวันเวลาที่มีการจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมพิเศษ ซึ่งจะเป็นการนำวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาจัดแสดงรวมกัน ทั้งการทำน้ำตาลมะพร้าว การสานใบมะพร้าว มีความสอดคล้องความแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบพัฒนาบริการใหม่เชิงการรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Direct Experience) หรือในลักษณะการจัดแสดงนิทรรศการ

อย่างไรก็ตามชุมชนอัมพวา เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน จึงเป็นชุมชนที่น่าสนใจและสามารถสร้างเรื่องราว และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของชุมชนในหลายพื้นที่ได้ โดยไม่จำกัดอยู่เฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนดังเช่นในปัจจุบัน เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนผลไม้ กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำอื่นๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับสูงสุดสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) ต่อไปได้ หรือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเข้าไปในท่องเที่ยวในสถานที่ใดก็ได้ที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจต่อสิ่งที่เป็นอยู่อย่างแท้จริงในสถานที่นั้นๆ และคนในชุมชนมีความยินดีต้อนรับและสามารถเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้แนวทาง วิถี หรือกิจกรรมที่มีความแท้จริงของชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามตัวแบบองค์ประกอบของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎี

ชุมชนอัมพวามีลักษณะที่สะท้อนความสอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามตัวแบบองค์ประกอบของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ภาพที่ 15) จาก 2 ส่วนคือ ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมิติของความยั่งยืนตามกรอบแนวคิดการพัฒนายั่งยืนและมิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP ได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปลักษณะที่สอดคล้องกับความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ขององค์ประกอบความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		
นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีความสนใจในกิจกรรมที่ได้เรียนรู้และลงมือทำ ควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปอื่นๆ	●
แหล่งท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - คนหรือสมาชิกภายในชุมชนอัมพวาส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีระดับความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน - มีการรวมกลุ่มความร่วมมือเป็นเครือข่ายของคนดั้งเดิมในพื้นที่หลายกลุ่มที่ค่อนข้างมีความเข้มแข็งภายในกลุ่ม แต่ขาดความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายภายในชุมชน และขาดอำนาจในการต่อรอง - มีทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และเหมาะสมต่อการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ แต่ขาดการจัดสรรที่มีประสิทธิภาพ - มีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวเพียง 2 แห่งที่เปิดโอกาสให้ 	○ ● ● ●

องค์ประกอบของ ความยั่งยืนสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ของ องค์ประกอบความยั่งยืนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในระดับที่ได้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือทำเช่นเดียวกับ คนในชุมชนตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์	
กิจกรรม	มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งแต่การ ท่องเที่ยวทั่วไป จนถึงกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำเช่นเดียวกับคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์	●
ปฏิสัมพันธ์	ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ของชุมชนอัมพวามีทั้งปฏิสัมพันธ์ทั่วไปซึ่งเกิดจาก กิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การซื้อขาย สินค้า การนั่งเรือชมทิวทัศน์ และปฏิสัมพันธ์ใน เชิงเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่าง นักท่องเที่ยวและชุมชนจากกิจกรรมที่สอดคล้อง ตามแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	●
ประสบการณ์ใหม่และ การพัฒนาตนเอง	ระดับผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ขึ้นอยู่กับประเภทของกิจกรรมและระดับการมี ส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวของ อัมพวาจึงมีทั้งที่ได้รับประสบการณ์แบบแท้จริง และประสบการณ์ทั่วไป	●
รัฐ	หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของ ชุมชนอัมพวามีส่วนร่วมในการส่งเสริมความยั่งยืน ทางการท่องเที่ยวของชุมชนไม่มากนัก	○
มิติของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยว		
การเติมเต็มความต้องการ ของนักท่องเที่ยว	ความสามารถในการส่งต่อประสบการณ์การ ท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิต เกษตรกรรมน้ำของคนชนบทในอดีตที่มีความเนิบช้า โหยหาอดีต ไกลซ์วัฒนธรรมชาติ โดยมีทั้งกิจกรรม การเรียนรู้เชิงวิถีชีวิตและกิจกรรมสันตนาการ รองรับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการตอบสนองต่อ	●

องค์ประกอบของ ความยั่งยืนสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ของ องค์ประกอบความยั่งยืนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
	ปัจจัยด้านอื่นๆ ร่วมด้วยเช่น ความเป็นมิตรของ ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ความพร้อมของสิ่ง อำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ฯลฯ	
ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	ชุมชนยังมีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพทำ สวนและขายผลไม้และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยเฉพาะมะพร้าว ในขณะที่เดียวกันชุมชนก็มี รายได้เสริมจากการทำให้กิจกรรมต่างๆ เช่น การ ทำน้ำตาลมะพร้าว การประดิษฐ์เครื่องจักสานให้ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยที่ คนในชุมชนไม่ได้เปลี่ยนอาชีพหรือพื้นที่ของ ตนเอง	●
การจ้างงานที่มีคุณภาพ	กิจกรรมทำน้ำตาลมะพร้าวทำให้เกิดการจ้างงาน ไม่เพียงแต่ผู้ผลิตน้ำตาล แต่ยังมีจ้างงานใน หน้าที่อื่นๆ เช่น ผู้บรรยายให้ความรู้ซึ่งมักเป็น ผู้สูงอายุในชุมชน เด็กและคนหนุ่มสาวทำหน้าที่ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่ง นอกจากเกิดการกระจายรายได้แล้ว ยังทำให้คน ในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เพิ่มความผูกพัน ระหว่างสมาชิกในชุมชน และลดปัญหาการย้าย ถิ่นของแรงงานในวัยหนุ่มสาวของชุมชนอัมพวา	◐
ความหลากหลายทาง ชีวภาพ	ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศสามน้ำ ความ สมบูรณ์ของพรรณไม้ชายคลอง สัตว์น้ำ สัตว์ปีก และแมลง อย่างไรก็ตามความหลากหลายทาง ชีวภาพในหลายพื้นที่ของชุมชนอัมพวาได้รับ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวไปแล้ว แต่ก็ยังมี พื้นที่บางส่วนที่ยังหลงเหลือความหลากหลายทาง ชีวภาพของชุมชนไว้เพื่อให้สืบทอดต่อไปได้	◐
การใช้ทรัพยากรอย่างมี ประสิทธิภาพ	กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ดั้งเดิมเป็นกิจกรรมเดียวกัน จึงมีแนวโน้มของการ ใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ แต่ในช่วงที่การ ท่องเที่ยวอัมพวาได้รับความนิยมผู้คนในชุมชน ต่างคาดหวังรายได้จากการท่องเที่ยว จึงทุ่มเท	○

องค์ประกอบของ ความยั่งยืนสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ของ องค์ประกอบความยั่งยืนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
	ทรัพยากรจำนวนมากเพื่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การขายและเปลี่ยนรูปที่ดินเพื่อการท่องเที่ยว หรือการบริการเรือชมหิ่งห้อยตลอดคืน จนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน สร้างมลภาวะทางเสียง การพังทลายของตลิ่ง ฯลฯ รวมถึงลดเสน่ห์ของชุมชนอัมพวาลง ซึ่งถือเป็นลักษณะ บ่งชี้ถึงการ ใช้ทรัพยากรที่ขาดประสิทธิภาพ	
ความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม	ชุมชนอัมพวาไม่สามารถคงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อมในหลายด้าน ดังเห็นได้จากปัญหาการเปลี่ยนรูปที่ดินทางการเกษตรเป็นที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวสมัยใหม่ การพังทลายของตลิ่ง มลภาวะทางเสียง การจราจรติดขัด เป็นต้น	○
ความสมบูรณ์ทางกายภาพ	บริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา มีความสมบูรณ์ทางกายภาพในระดับสูง แต่ก็ปรากฏลักษณะทางกายภาพที่เกินขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นบางอย่างมีไม่เพียงพอ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวรองโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวายังขาดความสมบูรณ์ทางกายภาพ และส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึง การขาดป้ายบอกทางที่ชัดเจนและระบบส่องสว่างที่ทั่วถึง เป็นต้น	◐
ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม	ภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร รูปแบบการดำเนินชีวิตและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ และแม้ว่าวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวามีการเปลี่ยนรูปไปจากเดิมมาก แต่นักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนเกษตรริมน้ำได้จากนิทรรศการที่	◐

องค์ประกอบของ ความยั่งยืนสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ของ องค์ประกอบความยั่งยืนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
	จัดแสดงบริเวณพื้นที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุ รักษ์ หรือสัมผัสประสบการณ์จริงบริเวณริมคลอง ผีหลอก	
ความเท่าเทียมกันทางสังคม	ปรากฏลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับมิติความยั่งยืน ในประเด็นนี้ เช่น พื้นที่ของชุมชนอุทยานนอก พื้นที่เข้ามาจับจองและใช้ทรัพยากรของชุมชนไป เพื่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาที่ กระจุกตัวอยู่เฉพาะบริเวณรอบตลาดน้ำยามเย็น ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลับไม่ได้ ประโยชน์จากการพัฒนาและการเพิ่มขึ้นของ จำนวนเรือที่ให้บริการขนส่งทางน้ำ เนื่องจาก ผู้ประกอบการเรือไม่นำเรือมาส่งนักท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แม้จะเป็นรูปแบบ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของชุมชนได้ง่ายที่สุด	○
คุณภาพชีวิตที่ดี	การท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำยามเย็นอัมพวายัง ไม่สามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชน ได้อย่างสมบูรณ์ โดยแม้ว่าชุมชนจะมีคุณภาพชีวิต ทางกายภาพที่ดีขึ้นจากการมีรายได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวก แต่ก็ยังมีปัญหาอื่นที่ส่งผลต่อคุณภาพ ชีวิตทางใจของคนในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจร ติดขัดโดยเฉพาะในวันที่มีตลาดน้ำ ปัญหาตลิ่งพัง ปัญหาเสียงรบกวนจากเรือยนต์ในช่วงเวลา กลางคืน ปัญหาการทิ้งขยะไม่เป็นที่ เป็นต้น ซึ่ง กระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน แต่การ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีแนวโน้มในการสร้าง คุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชนอัมพวาได้ เนื่องจากสามารถสร้างงานและรายได้ ส่งเสริม การพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็น สื่อกลางในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว และคนในชุมชน และระหว่างคนในชุมชนด้วยกัน	◐

องค์ประกอบของ ความยั่งยืนสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ลักษณะของชุมชนอัมพวา	ระดับการมีอยู่ของ องค์ประกอบความยั่งยืนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
กระบวนการควบคุมภายใน	ชุมชนอัมพวามีกระบวนการควบคุมภายในอยู่บ้างแล้ว แต่อาจยังไม่เพียงพอต่อการสานต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและชุมชน เนื่องจากยังปรากฏลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับองค์ประกอบของความยั่งยืนในบางมิติ นอกจากนี้ยังพบว่าการร่วมมือที่เกิดขึ้นในบางพื้นที่มีลักษณะของการร่วมมือเฉพาะภายในพื้นที่ แต่ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบว่าหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือกิจกรรมที่มีคุณค่าของชุมชนไม่มากนัก	●
ความรู้เรื่องโดยพร้อมของ ชุมชน	องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นผลจากองค์ประกอบของความยั่งยืนอื่นๆ ทั้งหมด ดังนั้นชุมชนอัมพวาจึงยังไม่มีลักษณะที่แสดงถึงความสมบูรณ์ขององค์ประกอบนี้ เนื่องจากยังมีความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบในด้านความบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมกันทางสังคม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ความสมบูรณ์ทางกายภาพ และกระบวนการควบคุมภายในที่ยังเป็นองค์ประกอบที่มีความแข็งแรงน้อย	●

หมายเหตุ

- สอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- สอดคล้องบางส่วน หรือมีทั้งลักษณะที่สอดคล้องและลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ไม่ปรากฏลักษณะที่สอดคล้องตามแนวทางความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.5 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของชุมชนอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงครามประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ด้านตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

องค์ประกอบของ ความยั่งยืน	ลักษณะขององค์ประกอบ
นักท่องเที่ยว หัวใจสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> - สนใจในกิจกรรมและเต็มใจที่จะอยู่ในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นไปตามวิถีชีวิตที่แท้จริง - ไม่เรียกร้องความสะดวกสบาย หรือกิจกรรมที่ขัดกับวิถีชีวิตของชุมชน - ไม่ตักตวงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว - มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน - ตระหนักและเห็นความสำคัญของทรัพยากร วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน
เจ้าบ้านเข้มแข็ง และสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> - มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือกิจกรรมที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว - มีความภาคภูมิใจต่อกิจกรรม วัฒนธรรม หรือทรัพยากรของชุมชน - มีการสร้างการรับรู้ถึงปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดเป้าหมายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - มีความยินดีและให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - คำนึงถึงประโยชน์โดยรวมของชุมชนมากกว่าประโยชน์ส่วนตน - มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้จัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - มีตัวแทนจากเครือข่ายการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นคณะบริหารงานกลางเครือข่าย
กิจกรรมและ ปฏิสัมพันธ์แท้จริง ไม่จัดสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกิจกรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวันหรือประจำเทศกาลของ - ส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในฐานะกิจกรรมที่มีเสน่ห์และทรงคุณค่า ไม่ใช่เพียงกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ - ไม่ใช่กิจกรรมที่จัดสร้างหรือจัดฉาก หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ หรือกิจกรรมที่เกินขอบเขตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน

องค์ประกอบของ ความยั่งยืน	ลักษณะขององค์ประกอบ
กระบวนการ ควบคุมภายใน เข้มแข็งและ ครอบคลุม	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการควบคุมของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งและครอบคลุมทุกมิติ - กำหนดบทลงโทษที่เข้มงวด - จัดการทรัพยากรของชุมชนให้มีความเท่าเทียมทั้งในเชิงบทบาทและเชิงพื้นที่
ประโยชน์เข้าถึง อย่างเท่าเทียม	<ul style="list-style-type: none"> - ก่อให้เกิดผลได้กับสมาชิกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอย่างเท่าเทียม - ไม่ทำให้สมาชิกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนรู้สึกเสียประโยชน์ทั้งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

5.6 ข้อสรุปแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของชุมชนนั้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางไว้ 9 ด้าน ดังนี้

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชน
2. เพิ่มความมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและชุมชน
3. เพิ่มความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายที่มีอยู่ และสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายต่างๆ ภายในชุมชน โดยทุกเครือข่ายต้องมีความเข้าใจต่อสถานการณ์หรือปัญหาของชุมชนร่วมกัน และมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน โดยในระยะแรกอาจจำเป็นต้องเป็นความร่วมมือที่ทุกฝ่ายจะต้องได้ประโยชน์จากการร่วมมือที่เกิดขึ้น (win-win advantage)
4. เครือข่ายและสมาชิกของชุมชนให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้กับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และใช้หลักการจัดการความรู้

5. เครือข่ายความร่วมมือดำเนินการในการคงพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและจำกัดขอบเขตธุรกิจหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความยั่งยืน ด้วยการปรับเส้นทางการนั่งเรือชมหิ่งห้อย และกำหนดขอบเขตการขยายตัวของธุรกิจที่พักเพื่อลดการรบกวนพื้นที่เกษตรกรรมดั้งเดิม
6. ใช้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสื่อกลางในการสร้างและพัฒนาความร่วมมือระหว่างชุมชน และสร้างความเท่าเทียมทางสังคม
7. พัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ การพัฒนาโครงข่ายการให้บริการขนส่งทั้งทางบก และทางน้ำ การพัฒนาทางสารสนเทศ การพัฒนาทางเทคโนโลยี และการพัฒนาด้านความสะอาดและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องพึ่งพาตนเองได้ในลำดับแรก เพื่อพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพที่ยังอยู่ภายใต้ความสามารถในการรองรับของชุมชน ในขณะเดียวกันรัฐก็ควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติม
8. สมาชิกและเครือข่ายของชุมชนร่วมกันการขยายขอบเขตของกระบวนการควบคุมภายในโดยอาศัยกรอบในการกำหนดตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนของชุมชน และความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ในการสร้างกระบวนการควบคุมภายในของชุมชนได้ เช่น The Guidebook on Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations (World Tourism Organization [UNWTO], 2004) The European tourism indicator system (The European Commission, 2013)
9. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาไปสู่การพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน (Relational) โดยการพัฒนาความหลากหลายของกิจกรรมสร้างสรรค์จากกิจกรรมดั้งเดิมที่สะท้อนวิถีชีวิตเกษตรกรรมริมน้ำของชุมชน การขยายขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน และการเปลี่ยนรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ชุมชนอัมพวาเป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนที่รุ่งเรืองทางอารยธรรมและธรรมชาติมากกว่าการเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

5.7 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่ายังมีประเด็นการวิจัยที่น่าสนใจสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ

1. ควรมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ ของจังหวัดสมุทรสงครามร่วมด้วย เพื่อให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ควรนำกรอบการวิเคราะห์องค์ประกอบความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการค้นหาองค์ประกอบความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ
3. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อัมพวาให้อยู่ในระดับสูงหรือระดับ Relational เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้มากขึ้น



รายการอ้างอิง

- Aksu, A., İçigen, E.T., และ Ehtiyar, R. (2010). A Comparison of Tourist Expectations and Satisfaction: A Case Study from Antalya Region of Turkey. *Turizam*. 14 (2): 66-77.
- Alegre, J., และ Garau, J. (2010). Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*. 37 (1): 52–73.
- Amphawanurak.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.amphawanurak.com/>. [2015, February 3].
- Antal, K. *A falusi turizmus – mint sajátos turisztikai termék – helye és szerepe a magyar idegenforgalomban*. In *A falusi turizmus mint a vidéki térség megújításának egyik esélye*. Szerkeszto: Csapó T. (1996). Szombathely. 28-33. อ้างถึงใน Pakurar, M., and Ohah, J. (2008). *Definition of Rural Tourism and Its Characteristics in the Northern Great Plain Region*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://protmed.uoradea.ro/facultate/anale/ecotox_zooteh_ind_alim/2008/Pakurar.pdf. [2014, September 24].
- Anzaldi, F.B. (2012). *The new tango era in Buenos Aires: The transformation of a popular culture into a touristic 'experience economy'*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.academia.edu/1820107/The_new_tango_era_in_Buenos_Aires_The_transformation_of_a_popular_culture_into_a_touristic_experience_economy_. [2014, August 24].
- Ateljevic, I., และ Doorne, S. (2004). *Cultural Circuits of Tourism: Commodities, Place, and Re-Consumption*. A Companion to Tourism.
- AtSiam.com. (2555). แผนที่ชุมชนอัมพวา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.atsiam.com/upload/article/49/990a2fdc_dd91_6e74_3982_79bdc17cf132.JPG. [20 มีนาคม 2558].
- Baanrak-amphawa.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.baanrak-amphawa.com>. [2015, February 3].
- Barbieri, C., และ Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis*. 48: 166–183.

- Barcelonacreativa.info. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.barcelonacreativa.info>. [2014, August 15].
- Biodun, A.B., Din, A.K.H., และ Abdullateef, A.O. (2013). The Relationship between Tourist Expectation, Perceived Quality and Satisfaction with Tourism Products. *International Business Management*. 7(3): 158-164.
- Boo E. (1991). *Ecotourism : The Potentials and Pitfalls*. อ้างถึงใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ปรินญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Campbell, C. (1996). Green Cities, Growing Cities, Just Cities? Urban Planning and the Contradictions of Sustainable Development. *Journal of the American Planning Association*. อ้างถึงใน Solène, P. (2001). *Establishing the Connections between the Goals of Sustainable Development and Creative Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:454754/FULLTEXT01>. [2013, December 24].
- Campbell, C. (2010). Creative Tourism Providing a Competitive Edge. *Tourism Insights*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Creative%20Tourism%20Providing%20a%20Competitive%20Edge>. [2013, November 25].
- Ceballos-Lascuráin, H. (1983). อ้างถึงใน Cited in ecotourisminamerica.com. *Terms and definitions*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecotourisminamerica.com/tools/definitions/>. [2014, July 18].
- Creativeparis.info. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.creativeparis.info/en/>. [2014, August 15].
- Creativetourism.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [2014, August 15].
- Creativetourismnetwork.org. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://creativetourismnetwork.org>. [2014, August 15].
- Dasta.or.th/creativetourism. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dasta.or.th/creative-tourism>. [2014, August 15].
- De Silva, C.R. (1996). Eco-tourism Principles and Concepts: A Brief Review. In *1st Living Lakes Asia Conference*, Sri Lanka. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

- <http://www.globalnature.org/bausteine.net/f/6459/ChandradeSilva-BENTOTAPRESTATION.pdf?fd=2>. [2014, July 28].
- Dumbraveanu, D. (2004). *Principles and Practice of Sustainable Tourism Planning*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://humangeographies.org.ro/articles/11/8DUMBRAVEANU.pdf>. [2014, July 23].
- Eadington, W.R., และ Smith, V.L. (1992). *Tourism Alternatives: Potential and Problems in the Development of Tourism*. University of Pennsylvania Press. Philadelphia.
- Ecological Tourism in Europe. (2005). *What is ecotourism?* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2012/02/ETE_Ecotourism.ppt.pdf. [2014, August 20].
- Ecotourisminamerica. *Terms and definitions*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.ecotourisminamerica.com/tools/definitions/. [2014, July 18].
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*. 56. อ้างถึงใน Johnson, M.D., Gustafsson, A., Andreassen, T.W., Lervik, L., and Cha, J. (2001). The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Models. *Journal of Economic Psychology*. 22 : 217-245.
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E. W., Cha, J., และ Bryant, B.E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings. *Journal of Marketing*. 60: 7-18. อ้างถึงใน Johnson, M.D., Gustafsson, A., Andreassen, T.W., Lervik, L., and Cha, J. (2001). The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Models. *Journal of Economic Psychology*. 22 : 217-245.
- Foster, D. (1999). *Measuring Customer Satisfaction in The Tourism Industry*. In *Third International and Sixth National Research Conference on Quality Management*, The Centre for Management Quality Research at RMIT University. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.cmqr.rmit.edu.au/publications/fossie1.pdf>. [2013, December 23].
- Gilmore, J., และ Pine, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.

- Goeldner, C.R, Ritchie, J.R.B., และ McIntosh, R.W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley and Sons. อ้างถึงใน Johnston, M., and Twynam, D. *Northern Tourism, Contemporary Issues in the Circumpolar World I*. Bachelor of Circumpolar Studies 331, University of Arctic. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.uarctic.org/BCS331mod7_UfGdJ.pdf. [2013, October 31].
- Google Earth. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.google.co.th/maps/>. [2015, February 3].
- gosouthoftheborder. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.gosouthoftheborder.co/#experience>. [2014, August 15].
- Héctor Ceballos-Lascuráin. (1983). อ้างถึงใน Ecotourisminamerica.com. *Terms and definitions*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecotourisminamerica.com/tools/definitions/>. [2014, July 18].
- Hsu, C.H.C., Cai, L.A., และ Li, M. (2013). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*.
- Irshad, H. (2010). *Rural Tourism – An Overview*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/\\$FILE/Rural-Tourism.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/Rural-Tourism.pdf). [2014, October 3].
- Jadhav, S.J., และ More, V.S. (2010). Minimum Expectations of Tourists: An Essential Factor of Tourism Companies. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 1(2) (August): 184 – 188.
- John Hawkins. (2001). *The Creative Economy : How People Make Money From Ideas*. อ้างถึงใน อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล. (2554). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ipthailand.go.th/seminars/download/bkk/bkk01Apsit.pdf>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- Kizos, T., และ Losifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*.
- Korez-Vide, R. (2013). Promoting Sustainability of Tourism by Creative Tourism Development: How Far is Slovenia? ใน Albin Panič (ed.), *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6 (1) (January): 77 – 102.

- Kozark, M., และ Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*.
- Lakovidou, O. (1997). Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. *MEDIT*.
- Marques, H. (2006). Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism Economics*. 12: 147–155.
- Matheison, A., และ Wall, G. (1982). *Tourism: Economics, Physical and Social Impacts*. Longman Scientific and Technical. Harlow, UK. อ้างถึงใน Dowling R.K., and Fennell D.A. (2003). *The Context of Ecotourism Policy and Planning*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20medio%20ambiente/context%20of%20ecotourism%20and%20planning.pdf>. [2013, October 31].
- Ministry of Environment and Tourism Republic of Namibia. *The Importance and Use of Indicators*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.met.gov.na/Documents/Social%20and%20Economic%20Environment-indicators.pdf>. [2013, November 30].
- Ministry of Tourism. Government of India. *Rural Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://tourism.gov.in/writereaddata/Uploaded/Guideline/072020110330849.pdf>. [2014, October 20].
- mycreativetourismthailand.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.mycreativetourismthailand.com>. [2014, August 15].
- Oliver, R. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings. *Journal of Retailing*. 57: 25-48. อ้างถึงใน Aksu, A., İçigen, E.T., and Ehtiyar, R., A Comparison of Tourist Expectations and Satisfaction: A Case Study from Antalya Region of Turkey. *Turizam*. 14(2): 66-77.
- Organization for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm>. [2014, August 31].
- painaidii.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.painaidii.com>. [2015, February 3].

- Phillip, S., Hunter, C, และ Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*. 31: 754-758.
- portoalegrecriativa.info. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.portoalegrecriativa.info>. [2014, August 15].
- Procházková, M. (2012). *Alternative Tourism and Sustainable Development in The Small Island Caribbean Case Study of Dominica, West Indies*. Bachelor Thesis, Department of Development Studies Faculty of Science Palacky University.
- Radovic, M., และ Karapandzic, S. (2005). อ้างถึงใน Velimirović, D., Velimirović, M., and Stanković, R. (2011). Role and Importance of Key Performance Indicators Measurement. *Serbian Journal of Management*. 6 (1) : 63 – 72.
- Raymond, C. (2007). Creative tourism New Zealand. *Tourism, creativity and development*. 145-158.
- Richards, G. (2009). Tourism development trajectories - From culture to creativity?. In *Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism*, Republic of Korea. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tram-research.com/atlas/APC%20Paper%20Greg%20Richards.PDF>. [2013, July 6].
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*. 38: 1225 – 1253.
- Richards, G. (2013). *Creativity and tourism in the city*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.academia.edu/3070326/Creativity_and_tourism_in_the_city. [2014, August 29].
- Richards, G., และ Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*. อ้างถึงใน Richard, G. (2009). Tourism development trajectories - From culture to creativity?. In *Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism*, Republic of Korea. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tram-research.com/atlas/APC%20Paper%20Greg%20Richards.PDF>. [2013, July 6].
- Richards, G., และ Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*. 27: 1408 - 1413.

- saintjeanportjoli. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.saintjeanportjoli.com>. [2014, August 15].
- santafecreativetourism.org. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://santafecreativetourism.org>. [2014, August 15].
- Solène, P. (2011). *Establishing the Connections between the Goals of Sustainable Development and Creative Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:454754/FULLTEXT01>. [2013, December 24].
- thaicreativetourism.com. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaicreativetourism.com>. [2014, August 15].
- The EU Sustainable Development Strategy [SDS]. อ้างถึงใน Tourism Sustainability Group. (2007). *Action for More Sustainable European Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/tsg/tsg_final_report_en.pdf. [2013, November 1].
- The European Commission. (2013). *The European tourism indicator system*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm. [2015, March 6].
- The German Organization for Technical Cooperation [GTZ]. *Fact Sheets People & Biodiv*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.conservation-development.net/Projekte/Nachhaltigkeit/CD1/LaenderDesSuedens/Themenblaetter/PDF/Agro-biodivAgrotourism.pdf>. [2014, August 28].
- The Global Sustainable Tourism Council [GSTC]. (2011). *Annual Report 2010*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.gstcouncil.org/images/stories/SupportDocs/Documents/GSTC_Annual_Report_Final.pdf. [2013, November 4].
- The International Ecotourism Society [TIES]. (1991). อ้างถึงใน UNEP. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.unep.fr/shared/publications/other/WEBx0137xPA/part-one.pdf>. [2014, August 17].
- UNAIDS. *An Introduction to Indicators : UNAIDS Monitoring and Evaluation Fundamentals*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.unaids.org/en/media/unaids/contentassets/documents/document/2010/8_2-Intro-to-IndicatorsFMEF.pdf. [2013, November 1].

- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf. [2013, 1 November].
- UNEP. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.unep.fr/shared/publications/other/WEBx0137xPA/part-one.pdf>. [2014, August 17].
- UNESCO. *Sustainable Tourism: Teaching and Learning for a Sustainable Future*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html. [2013, November 1].
- UNESCO. (2006). Creative Cities Network. Toward Sustainable Strategies for Creative Tourism. ใน *Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*, Santa Fe, New Mexico, USA:
- Vagonis, N. *Alternative tourism in Bulgaria: diversification and sustainability*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/40239624.pdf>. [2014, July 17].
- Wong, M., Cheung, R., และ Wan, C. (2013). A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude. *Contemporary Management Research*. 9(2) (June): 169 – 186.
- World Conservation Union [IUCN]. (1996). อ้างถึงใน UNEP. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.unep.fr/shared/publications/other/WEBx0137xPA/part-one.pdf>. [2014, August 17].
- World Economic Forum [WEF]. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf. [2014, January 5].
- World Tourism Organization [UNWTO]. *Definition of Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://torc.linkbc.ca/torc/downs1/WTOdefinitiontourism.pdf>. [2013, October 31].
- World Tourism Organization [UNWTO]. *Sustainable Development of Tourism*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>. [2013, July 23].

- World Tourism Organization [UNWTO]. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook (English version)*. Organisation mondiale du tourisme.
- Wurzburger, R. (2008). Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities. ใน R. e. Wurzburger, *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide*, Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism, Santa Fe. New Mexico. USA. : 15-25. อ้างถึงใน ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จานงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 6(1) (มิถุนายน) : 91-109.
- Wurzburger, R., Ageson, T., Pattakos, A., และ Pratt, S. (2009). *Creative Tourism, A Global Conversation*. Santa Fe, NM: Sunstonepress.
- Zoto, S., Qirici, E., และ Polena, E. (2013). Agrotourism - A Sustainable Development for Rural Area of Korca. *European Academic Research*. 1(2):
- เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนอันดามันเหนือ. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.andamancommunitytourism.com/thai/andaman-coast-responsible-tourism.php>. [28 พฤศจิกายน 2556].
- เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอัมพวา. สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2557.
- เจ้าของร้านขายเสื้อยืดแฟนต์ลายเพศหญิง จากจังหวัดใกล้เคียง อายุประมาณ 25 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- เจ้าของร้านขายของที่ระลึก เพศหญิง มีภูมิลำเนาและเติบโตในพื้นที่ อายุประมาณ 16 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน งานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อพท. สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2558.
- เจ้าอาวาสวัดแห่งหนึ่งของชุมชนอัมพวา. สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557.
- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2546). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน 27. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail07.html>. [28 สิงหาคม 2557].

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2555 – 2560. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://203.131.220.141/msi/wp-content/uploads/Tourism-and-Travel-related-Service-Strategic-Plan_Thai.pdf. [5 มกราคม 2557].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.senate.go.th/w3c/senate/pictures/comm/52/ยุทธศาสตร์.pdf>. [30 กันยายน 2556].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556a). เอกสารโครงการประกวด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://docs.google.com/file/d/0B3Nyno8t3q0YdXNEb2FMQnJYUHM/edit?usp=sharing>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556b). ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaicreativetourism.com>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี 2557 และแนวโน้มปี 2558. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://secretary.mots.go.th/strategy/ewt_dl_link.php?nid=1857&filename=index. [15 พฤษภาคม 2558].
- กลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2556). แผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://masterplan.andamanecotourism.com>. [20 สิงหาคม 2557].
- การดี เลียวไพโรจน์. (2553). *New trends and Initiatives in Creative Economy, National Science Technology and Innovation Policy Office (STI)*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.sti.or.th/th/images/stories/files/Karndee-STI.pdf>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว 2538. อ้างถึงใน วันทนี สว่างอารมณ์ และ พงษ์ศักดิ์ นาคสุวรรณ. (2551). การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารข้อมูลชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนชายทะเลบางขุนเทียน. ก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์. 8(2) (กรกฎาคม - ธันวาคม): 138 – 147.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). จุลสารวิชาการท่องเที่ยวอิลเคทอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.etatjournal.com/upload/241/5_Thematic_Tourism.pdf. [30 กันยายน 2557].

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). รายงานขั้นสุดท้าย โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (ระยะที่ 2). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://etatjournal.files.wordpress.com/2012/04/touristbehaviorphase2.pdf>. [5 มกราคม 2557].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556a). *Creative Tourism Thailand*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.mycreativetourismthailand.com>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556b). แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2556. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://marketingdatabase.tat.or.th/download/file_upload/thai_version.pdf. [28 กันยายน 2556].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *I AM NOT A TOURIST I AM A CREATIVE TOURIST* คู่มือสำหรับนักเดินทางที่ต้องการแรงบันดาลใจใหม่ให้ชีวิต.
- ชนิษฐา พอนอ่วม, และ สาทิศ สุขผ่องศรี. (2543). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf. [1 กรกฎาคม 2556].
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549). มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา เทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. CHULALONGKORN UNIVERSITY
- คนขับเรือเพศชาย อายุประมาณ 35 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- จรงค์ กิจวนา. (2554). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาโฮมสเตย์ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเกาะกลาง หมู่ที่ 1 ตำบลคลองประสังข์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล. (2553). การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ. พระประแดง จ.สมุทรปราการ. สารสาร มฉก. วิชาการ. 14(27) (กรกฎาคม - ธันวาคม): 1-19.
- ชรินทร์พรรณ อະสีดิรัตน์. (2553). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร

มหาบัณฑิต, สาขาชนบทศึกษาและการพัฒนา สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชวลิต ตั้งสมบูรณ์กิตติ. (2554). การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในตลาดเก่า บ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โครงการวิถีทรรศน์.

ดร.ชนี เอมพันธุ์. (2554). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. เอกสารประกอบการอบรม กระบวนการเรียนรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวิถีชุมชน. In 14 - 16 กันยายน 2554 ณ ห้วยขาแข้งคันทรีโฮมรีสอร์ท อ.บ้านไร่ จ. อุทัยธานี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/pdf/agrotourism_old.pdf. [30 สิงหาคม 2557].

นภลัย มีลา, และ ฉกาจ ราชบุรี. (2552). การศึกษาคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. รายงานการวิจัยทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2552, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นักท่องเที่ยวเพศชายจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 35 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักท่องเที่ยวหญิงจากกรุงเทพฯ อายุประมาณ 30 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (สาม). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาย (หนึ่ง). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง (สอง). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักท่องเที่ยววัยรุ่นหญิง จากกรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.

นักพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2558.

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท. สัมภาษณ์. อ้างถึงใน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ : แนวคิด. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dasta.or.th/th/sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create. [6 กรกฎาคม 2556].

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท. (2556). Sustainable Tourism Development in THAILAND. In *UNWTO Conference on Sustainable Tourism Development*, 12 เมษายน 2556

- Hyderabad, India. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/thailand_0.pdf. [10 ธันวาคม 2556].
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปวีณา โทณแก้ว. (2554). การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ จังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย, ทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ป่าผลไม้ (นามสมมติ). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ปริญญาโทปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ผู้ให้บริการที่จอดรถ เพศหญิง อายุประมาณ 40 ปี. สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2555). อพท.ปลื้มเวทีนนานาชาติไทยเป็นกรณีศึกษาท่องเที่ยวสร้างสรรค์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9550000157027>. [6 มีนาคม 2558].
- พนักงานวางแผนงานวิจัย ฝ่ายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2558.
- พีกุง (นามสมมติ). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- ภัทรพร สิทธิวิช. สัมภาษณ์. อ้างถึงใน กรุงเทพธุรกิจ. ททท. จับมือ องค์การนวัตกรรมสังคม *CreativeMOVE*. (2558). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://ktold.bangkokbiznews.com/home/news/pr-center/detail-news.php?id=31725>. [6 มกราคม 2558].
- ภยมนี แก้วสง่า, และ นิตาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 6(1) (มิถุนายน): 91-109.
- ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ท่องเที่ยวเชิงเกษตร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.kmitl.ac.th/agritech/nutthakorn/04090035_2202/multiweb/agrotour/profile.htm. [28 สิงหาคม 2557].
- ภูริวัจน์ เดชอู่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย. 33(2) (กรกฎาคม - ธันวาคม): 329-364.

- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. บทเรียนออนไลน์ 1010 002 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : http://www.elearning.msu.ac.th/Opencourse/1010002/Unit_4/Unit_4.htm. [23 สิงหาคม 2557].
- ยายขนม (นามสมมติ). สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2557.
- รักษพงศ์ วงศาโรจน์. (2555). กลยุทธ์ขับเคลื่อนคลัสเตอร์การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน : กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- รัศมี ชูทรงเดช. (2549). การสืบค้นและจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอำเภอปาย-ปางมะผ้า-ขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.abc-un.org/research/view.php?resID=RDG5000006>. [1 กรกฎาคม 2556].
- ราชบัณฑิตยสถาน. อ้างถึงใน วีระพล ทองมา และคณะ. (2554). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำอง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ลูกคลอง (นามสมมติ). สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2557.
- วรรณนา วงษ์วานิช. (2539). อ้างถึงใน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. บทที่ 2 การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง). (2556). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://masterplan.andamanecotourism.com>. [30 ตุลาคม 2556].
- วัลย์ลักษณ์ ทรงศิริ. ฟังเสียงจากแม่กลอง ในวันที่ตลาดน้ำอัมพวาติดลมบน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.lek-prapai.org/watch.php?id=406>. [10 สิงหาคม 2557].
- วันที สว่างอารมณ์, และ พงษ์ศักดิ์ นาคสุวรรณ. (2551). การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารข้อมูลชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนชายทะเลบางขุนเทียน. ก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์. 8(2) (กรกฎาคม - ธันวาคม): 138 - 147.
- วิไลวรรณ ทวีศรี. สัมภาษณ์. อ้างถึงใน เดลินิวส์. ททท. ขานรับนโยบายอาเซียน. (2556).[ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dailynews.co.th/Content/economic/4051/ททท.ขานรับนโยบายอาเซียน>. [6 มกราคม 2558].
- วีระพล ทองมา และคณะ. (2554). กลยุทธ์การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านเมืองกีดตำบลกีดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. คณะพัฒนาการท่องเที่ยว.
- วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ. (2557). การพัฒนาระบบอุปทานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร. รายงานฉบับสมบูรณ์ งานวิจัยมุ่งเป้าชุด

โครงการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์. การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.arch.chula.ac.th/journal/files/article/a9iJu6qXjOThu85139.pdf>.
[30 สิงหาคม 2557].

ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: http://aca.kku.ac.th/ctc/index.php?option=com_content&view=article&id=7:joomla-templates&catid=1:blog&Itemid=21. [30 สิงหาคม 2557].

สถาบันวิไลใหม่ท้องถิ่น. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คีรีวง องค์การบริหารส่วนตำบลกำโลน จังหวัด
นครศรีธรรมราช วิไลใหม่ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
http://eic.wu.ac.th/Data_Download/Researchการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คีรีวงษ์.pdf.
[27 สิงหาคม 2557].

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.). (2556). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวตลอดปี
2556 และ แนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2557. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/news_file/TCT_news_file_th_2013-12-23_14-19-40.pdf. [15 พฤษภาคม 2558].

สมชัย เบญจชัย. (2549). เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรการบริหารจัดการป่าชุมชนและการ
พัฒนาอาชีพด้านป่าไม้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2549. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.dnp.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc>. [22 สิงหาคม 2557].

สฤกษ์ แสงอรุณ. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (*Ecotourism*). กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า
และพันธุ์พืช. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dnp.go.th/parkreserve/Np/Html/Tour/Eco_Tour.html. [27 สิงหาคม 2557].

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (2547). แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p11/plan11.pdf>. [22 กันยายน 2556].

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.]. (2552). รายงานการศึกษา
เบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ *The Creative Economy*.

สุนทร สุวรรณละออง. (2555). การท่องเที่ยวทางเลือกกับความยั่งยืนของสังคมไทย. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: http://www.uniserv.buu.ac.th/forum2/topic.asp?TOPIC_ID=5181.
[22 กรกฎาคม 2556].

- สุกัญญา ศุภกิจอำนวย. (2552). อัมพวา.. โมเดลสร้างสรรค์ เศรษฐกิจชุมชน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/bizweek/20090916/77269/อัมพวา..โมเดลสร้างสรรค์-เศรษฐกิจชุมชน.html>. [27 สิงหาคม 2557].
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. ท่องเที่ยวสร้างสรรค์:เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: 164.115.22.25/ojs222/index.php/tuj/article/download/189/185. [22 กรกฎาคม 2556].
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.]. *Creative Tourism Thailand*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.creativetourism.com>. [1 กรกฎาคม 2556].
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.]. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dasta.or.th/creativetourism/th>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [อพท.]. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : แนวคิด. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create. [1 กรกฎาคม 2556].
- อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล. (2554). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ipthailand.go.th/seminars/download/bkk/bkk01Apsit.pdf>. [1 พฤศจิกายน 2556].
- อาคม เดชทองคำ. สัมภาษณ์. อ้างถึงใน รัชตวดี จิตดี. (2550). คีรีวง ความจริงใต้สายหมอกโรแมนติกของหุบเขา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9500000019973>. [23 สิงหาคม 2557].

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นามสกุล	นางสาวธิญา รุ่งพิพัฒน์พงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	14 มีนาคม พ.ศ. 2529
ภูมิลำเนา	จังหวัดราชบุรี
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บริหารอุตสาหกรรม) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

