

รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในประเทศไทย

A Cultural Capital Management Model for Creative Tourism in Thailand

ดาริน วรณทรัพย์¹ นวัตกรรม วงศ์ประสิทธิ์² ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ³ และ กาสัก เตชะชั้นหมาก⁴

^{1,2,3} สาขาวิชาการจัดการเพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

⁴ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

¹Email : darin.wrs@hotmail.com , ²Email : nawasanan@gmail.com

³Email : Siriwat_jira@gmail.com, ⁴Email : tkasak@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวน 8 แห่ง ซึ่งแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างหลากหลายโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เหมาะสมในการเป็นกรณีศึกษา ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจำนวน 24 คน และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่จำนวน 14 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย คือ รูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM-MODEL) ได้แก่ 1) การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ 3) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาผ่านกระบวนการจัดการทั้ง 5 รูปแบบเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในขณะที่ยังคงคำนึงผลกระทบทางสังคมสิ่งแวดล้อมและการดำรงรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้สืบไป

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, การจัดการ, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The purpose of this research was to create a cultural capital management model for creative tourism in Thailand. This qualitative research was conducted by collecting the data from 8 creative tourism spots that had their own uniqueness and diversity that relating to the tourism. The samples were 24 key informants selected by purposive sampling and also 14 key informants chosen by snowball sampling. The in-depth interview was used as research tool for collecting the data which were then analyzed by means of content analysis. The research findings revealed that the cultural capital management for creative tourism contained 5 aspects, including 1) creative community management, 2) creative story management, 3) creative activity management, 4) creative communication management, and 5) creative impact management. The model was generated by integration of these 5 creative management aspects that could lead to creative tourism and hence

economic benefits; meanwhile, this model also concurrently considered the impacts on social, environmental, and cultural sustainability of communities.

Keywords: cultural capital, management, creative tourism

1. บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก สำหรับในประเทศไทยก็เช่นเดียวกันจากรายงานสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2559 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทาง เข้ามายังประเทศไทย 8,228,278 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.09 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน [1] ในขณะที่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม มีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยว อีกทั้งกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ด้วยทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล

แนวคิดใหม่ที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพได้ถูกเสนอขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ได้รับการส่งเสริมโดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) เพื่อสนับสนุนการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม [2] การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ให้มีความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน โดยเชื่อมั่นว่าการเข้าร่วมเรียนรู้ทำกิจกรรมอันมีคุณค่าของชุมชน ผ่านการเชื่อเชิญของชุมชนที่พร้อมสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดการจดจำและความประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่ของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง [3]

การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ส่งผลต่อชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเศรษฐกิจในท้องถิ่น สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Raymond [4] ที่ได้ทำการศึกษาในประเทศนิวซีแลนด์โดยนำเอาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวที่เกาะใต้ โดยจัดให้มีเครือข่ายของศิลปินพื้นบ้าน เพื่อนำไปสู่การจัดอบรม (Workshop) เกี่ยวกับงานศิลปะหัตถกรรมให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างหลากหลาย เป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน

ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นต้นทุนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กระจายไปในหลายพื้นที่ ซึ่งไม่เพียงแต่จะส่งผลกระทบต่อในเชิงเศรษฐกิจเท่านั้นหากแต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่เปิดโอกาสให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมบนพื้นฐานความเข้าใจและการยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรมได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu (1986) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของ Dickman (1996) แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวของ Throsby (2001) แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ Eber (1993) แล้วจัดทำเป็นร่างกรอบแนวคิดในการวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ประกอบด้วยตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวน 8 แห่งใน 4 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ได้แก่ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ กรุงเทพฯ และ ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคนสมุทรสงคราม ภาคเหนือ ได้แก่ บ้านถวาย หมู่บ้านหัตถกรรมสร้างสรรค์ เชียงใหม่ และ บ้านหาดผาขน น่าน ภาคใต้ ได้แก่ เมืองเก่าภูเก็ต ชีโนโปรตุกีส และ ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนเกาะยาวน้อย พังงา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เมืองเก่าเชียงคาน เลย และ ฟาร์มโชคชัย นครราชสีมา

3.3 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อทำการสัมภาษณ์ระดับลึก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประสานงานการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง รวมถึง ผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมจาก snowball technique

3.4 ขอบเขตด้านวิธีดำเนินงาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้กระบวนการที่ค้นแบบสร้างสรรค์นิยมโดยใช้การศึกษาเฉพาะกรณีเชิงพหุ (multiple case study) อาศัยผลการศึกษาวิจัยจากกรณีตัวอย่างเฉพาะหลายรายมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้สามารถเข้าใจปรากฏการณ์นั้นได้อย่างกระจ่างชัดและครอบคลุมมิติที่ทำการศึกษ

3.5 ขอบเขตด้านเวลา ดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 ถึง เดือนธันวาคม 2560 รวมระยะเวลา 12 เดือน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อทำการสัมภาษณ์ระดับลึก ได้แก่ผู้ประสานงานการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยทั้ง 8 แห่ง จำนวนแห่งละ 3 คน และผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมจาก snowball technique จำนวน 14 คน โดยวิธีเลือกตามทฤษฎี และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ ดำเนินการเก็บข้อมูลจนข้อมูลมีความอิ่มตัว (saturation of data)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure Interview guide) สร้างโดยศึกษาวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และกำหนดประเด็นที่ต้องการถาม พิจารณาแต่ละข้อคำถามให้มีความชัดเจนทางภาษา จากนั้นนำไปทดลองสัมภาษณ์ และ

ดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาจนได้แบบสัมภาษณ์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.3.1 การวิจัยเอกสาร (documentary research)

โดยรวบรวมและเรียบเรียงเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจนิยาม คำจำกัดความ และการให้ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ รวมถึงสภาพทั่วไปของพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 8 แห่ง

4.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (field data)

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยวิธีเลือกตามทฤษฎีแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 24 คน และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่จำนวน 14 คน ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียง

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เอกสาร และการวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการจัดระเบียบข้อมูล กำหนดรหัสของข้อมูล (Coding) การจัดข้อมูลด้วยการเชื่อมโยงดัชนีคำหลักในตัวอย่างเข้าด้วยกัน เพื่ออธิบาย ตีความ สร้างข้อสรุปด้วยวิธีอุปนัย [5]

5. ผลการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 8 แห่ง พบว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้แก่ รูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM-MODEL) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Community Creation Management) หมายถึง การจัดชุมชนให้มีความพร้อมเพื่อรองรับการจัดการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

5.1.1 สร้างการมีส่วนร่วม ให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดูแลทุนทางวัฒนธรรมและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว “มีการจัดตั้งกลุ่มย่านเมืองเก่า เพราะเราต้องการในเรื่องของอนุรักษ์อาคารสถาปัตยกรรมแล้วก็พลิกฟื้นประเพณีต่าง ๆ ขึ้นมา” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) มีการสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อให้

เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และสร้างสรรค์การท่องเที่ยวร่วมกัน

5.1.2 ส่งเสริมให้เห็นคุณค่า ด้วยการส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้เห็นคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนของตน “จะต้องให้คนได้เห็นความสำคัญของรากของตัวเราก่อนว่าเรามีอะไรที่สวยงามให้ทุกคนรู้ว่าของดีบ้านฉันคืออะไร” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

5.1.3 สร้างความภาคภูมิใจ ให้สมาชิกในชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจในรูปแบบวิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของตน “ชุมชนพอได้เรียนรู้มันก็จะเกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมบ้านเกิด แล้วมันจะถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ในมิติของใจมันสร้างความสัมพันธ์และสร้างความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน” (คนที่ 2, สัมภาษณ์) เพื่อให้เกิดการรักษาสืบทอดสิ่งที่ดีงามเหล่านี้ไว้ให้คนรุ่นหลังต่อไป

5.1.4 ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน ด้วยการที่สมาชิกในชุมชนช่วยกันดูแล “ช่วยเหลือดูแลกันคนในชุมชนของเรามีต้นทุน คือเราไม่มีเรื่องบอขายมุขและขโมยน้อยมาก นักท่องเที่ยวมาก็อยู่ได้กลมกลืนกับชาวบ้าน” (คนที่ 26, สัมภาษณ์) ให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา ปรับความเข้าใจกัน เพื่อให้เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีของชุมชน

5.1.5 แบ่งปันผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม “มีนักท่องเที่ยวมันเป็นการกระจายรายได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ออกวางอวนกุ้ง อวนปลาไม่ต้องไปขายพ่อค้าคนกลางส่งร้านอาหารเลยก็ได้ราคาเพิ่ม” (คนที่ 28, สัมภาษณ์) โดยไม่เฉพาะผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินเท่านั้นแต่ยังรวมถึงในแง่ของความสุขความภูมิใจ “ประเด็นของชุมชนเนี่ยมันมีเรื่องของกำลังใจ มีคนมาเยี่ยมมาชมเราก็อมีความสุข” (คนที่ 3, สัมภาษณ์) ที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมได้รับร่วมกัน

5.1.6 แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คือ การจัดให้สมาชิกในชุมชนได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน “ก็ประชุมกันทั้งหมู่บ้าน มาตกลงกันว่าใครจะลงมาทำแพคเกจให้มาสมัคร ถ้าใครสละสิทธิ์ก็สละไป เราจะมีประชุมใหญ่ประจำปี” (คนที่ 17, สัมภาษณ์) ก่อให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ความเคลื่อนไหวในเรื่องราวต่าง ๆ ไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

5.2 การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ (story creation management) คือ การนำเรื่องราวของท้องถิ่นมาเป็น

หัวข้อในการจัดการท่องเที่ยวหรือสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ผ่านสถานที่จริงผ่านผู้คนที่ยังมีชีวิตเลือดเนื้อราวกับการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต

5.2.1 ค้นหาเรียบเรียงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญในท้องถิ่นของตน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว “การตามรอยพระธาตุและประวัติศาสตร์ทางด้านพระพุทธศาสนาที่มีร่องรอยสำคัญตั้งแต่ในสมัยทวารวดีที่เนินดินแดนลุ่มภาคกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” (คนที่ 10, สัมภาษณ์) ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาได้เรียนรู้

5.2.2 นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน “เราได้เรียนรู้ หลวงปู่มั่นเคยมาถึงก่อนยอดเขากงมา ในหลวงเคยเสด็จมายกข้อฟ้า เราได้เห็นเรื่องราวในมุมที่ต่างไป” (คนที่ 3, สัมภาษณ์) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงต่อทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น “เราจะเข้าไปดูนาฬิกาที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 6 เนื่องในงานพระราชพิธีพระศพของรัชกาลที่ 5” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจเพิ่มความสำคัญและความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว

5.2.3 นำเสนอเรื่องเล่าตำนานใน ที่เล่าขานสืบต่อกันมาตามความเชื่อของคนในท้องถิ่น “ภาพเขียนเป็นเรื่องเล่าปูม่านยามานี่มาจากภาษาพม่า เรียกว่าปูม่าน ยามานตำนานรัก ถ้ามารอดซุ้มที่วัดภูมินทร์แล้วได้มาอีกรอบหนึ่งก็เป็นคู่แท้กัน” (คนที่ 18, สัมภาษณ์) มาเป็นส่วนเสริมในการท่องเที่ยว บรรยายเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ “พญามังกรเป็นสัญลักษณ์ของเมืองเก่าภูเก็ตเป็นมังกรแห่งท้องทะเล ถ้าตั้งอยู่ที่ใดในโลกนี้พื้นที่นั้นก็จะมีความเจริญรุ่งเรือง” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) เพื่อเพิ่มอรรถรสในระหว่างการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

5.2.4 เสนอเรื่องราวเบื้องหลังของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำเสนอขั้นตอนรูปแบบหรือวิธีการที่ทำให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น “เราพาไปดูการสาธิตการทำกะปิได้เห็นวิธีการทำ ของกลุ่มแม่บ้านทำ มันสดสะอาดคนมาเห็นก็อยากซื้อ” (คนที่ 5, สัมภาษณ์) ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสำคัญและเห็นคุณค่าในตัวสินค้า สร้างความเต็มใจในการซื้อสินค้าด้วยการตัดสินใจคุณค่ามากกว่าราคา

5.3 การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Activity Creation Management) คือ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่

นำเสนอใจให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างหลากหลาย สร้างความดึงดูดและความน่าสนใจในการท่องเที่ยว

5.3.1 จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต เน้นการนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาสร้างเป็นกิจกรรม “พาไปเที่ยวรอบเกาะชมวิถีชีวิตของชุมชนรอบเกาะ 7 หมู่บ้าน ชมสวนยาง ทุ่งนา สวนมะพร้าว แล้วก็พักหนึ่งคืนรุ่งเช้าอาหารเช้าจัดที่บ้านแล้วก็ลงเรือไปดูกระชังการเลี้ยงกุ้งมังกรเลี้ยงปลาในกระชังไปเล่นน้ำ 4 เกาะแล้วก็กลับมาพักผ่อน รุ่งเช้าอาหารเช้าอีกวันนิ่งก็จบโปรแกรม” (คนที่ 26, สัมภาษณ์) ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

5.3.2 จัดกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ ในระหว่างการท่องเที่ยว “ตอนกลางคืนก็จะมีฟ้อนรำ ทำบายศรีสู่ขวัญมีเด็กที่เล่นดนตรีไทยของบ้านเรา ใช้คนในหมู่บ้านที่เป็นชาวบ้านเรา” (คนที่ 16, สัมภาษณ์) ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกที่ดีจากการท่องเที่ยว “พาไปชมบ้านเก่าที่เจ้าของบ้านอยู่จริง ๆ อาม่า อาอี๊ ก็จะคอยต้อนรับพาชมบ้าน ร้องเพลงจีนให้นักท่องเที่ยวฟัง ได้พูดคุยกันเจ้าของบ้านก็มีความสุขหายเหงา นักท่องเที่ยวก็รู้สึกประทับใจ” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) อยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่อีก

5.3.3 จัดกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้หรือได้เห็นตัวอย่าง เพื่อนำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจในการประพฤติปฏิบัติหรือการดำเนินชีวิต “การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ของสะสม มีการจำลองคอกโคคอกแรกที่มีการบุกเบิกทำฟาร์ม คุณโชคชัยผู้ก่อตั้งฟาร์มโชคชัยจะมีคำพูดติดปาก ว่าผมฝันอยากเป็นควาบอย เป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้คนได้ทำตามความฝันของตน” (คนที่ 36, สัมภาษณ์)

5.3.4 จัดกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่ไม่มีโอกาสได้รับในชีวิตปกติของตน “อย่างนักเรียนจากประเทศอังกฤษประเทศฮอลแลนด์มากันเป็นกลุ่มเราก็จะพาไปทำนา ปลูกข้าว ทำบายศรีสู่ขวัญ ให้เขาได้ทำกิจกรรมที่ไม่เคยทำ” (คนที่ 16, สัมภาษณ์) เพื่อสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในการท่องเที่ยว

5.3.5 จัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แฝงด้วยสาระประโยชน์ “ได้ความรู้เกี่ยวกับฟาร์มโคนมทุกกิจกรรมที่เด็ก ๆ ได้เข้าร่วมก็จะแฝงการเรียนรู้ไว้ในนั้นด้วย เช่น การขี่ม้า เด็ก ๆ ก็จะได้ฝึก และเรียนรู้เรื่อง

การขี่ม้า การอยู่ร่วมกับสัตว์ ป้อนอาหารสัตว์ การรู้จักให้อื้อเพื่อ แม่” (คนที่ 34, สัมภาษณ์) ให้นักท่องเที่ยวได้ทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลินและเกิดกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ได้เห็นและได้สัมผัสในสถานที่จริง

5.4 การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Communication Creation Management) คือ การนำเสนอเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสอย่างลึกซึ้ง ด้วยการบอกเล่าจากเจ้าของพื้นที่ ให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ ยอมรับ และเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม

5.4.1 ส่งเสริมการเข้าถึงทุนทางวัฒนธรรม ด้วยการเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสกับทุนทางวัฒนธรรม ที่มีอยู่ในท้องถิ่น “จัดงานกิจกรรมย้อนอดีตขึ้นมา มีกิจกรรม เช่น การทำขนมครก ทำข้าวยาอร่อย เรื่องของการแต่งกายเราก็เอากล้ามาให้เด็กรุ่นใหม่ได้เห็น ว่าจริงๆแล้วเรามีวัฒนธรรมที่โดดเด่น” (คนที่ 20, สัมภาษณ์) สร้างโอกาสในการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวและความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ในแต่ละพื้นที่

5.4.2 สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างใกล้ชิด “สิ่งที่สะท้อนออกมาจากการเดินทางคือก็ได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันคนเมืองคนไปก็ได้เรียนรู้ศรัทธาชาวบ้านเองก็ได้เรียนรู้การจัดการในการต้อนรับคนนอก” (คนที่ 3, สัมภาษณ์) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่แตกต่างหลากหลาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

5.4.3 การสร้างผู้สื่อความหมายในท้องถิ่น ซึ่งเป็นคนในพื้นที่หรือในชุมชน “ต้องใกล้ชิดชุมชนด้วยเป็นตัวหลัก เพราะว่าการอธิบายมันจะเป็นตัวหลักมากกว่าอย่างเช่นว่าคนเชียงใหม่มาพูดเรื่องเกาะยาวมันไม่มันไม่สมบูรณ์ ต้องคนเกาะยาวโดยตรงพูดดีกว่า” (คนที่ 26, สัมภาษณ์) ที่ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจรวมถึงได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว

5.4.4 สร้างความเคารพต่อมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยการบอกเล่าเรื่องราวความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ระเบียบข้อปฏิบัติ รูปแบบวิถีชีวิตของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง “เรามีศูนย์ข้อมูลของชุมชน นักท่องเที่ยวก็มาที่นี้ก่อนมาฟังบรรยายสรุปข้อมูลทั่วไป กิจกรรม กฎระเบียบอะไรต่าง ๆ เรื่องของชุมชนเรื่องสิ่งแวดล้อมเรื่องกติกาของชุมชน” (คนที่

26, สัมภาษณ์) ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

5.4.5 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้รับทราบด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ “ต่างชาติก็มีทางอินเทอร์เน็ตแล้วก็ทางสื่อออนไลน์ บางทีพวกที่มาก่อนเขาก็คุยให้ฟัง” (คนที่ 26, สัมภาษณ์) ผ่านช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อต่าง ๆ รวมถึงสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน “ต้องบอกว่าเขาร้อยละ 60 มาแบบปากต่อปากอีก 40 ก็จะมาจากทางโซเชียล” (คนที่ 5, สัมภาษณ์) เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5.5 การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ (Impact Creation Management) ด้วยการคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ดังนี้

5.5.1 พื้นฟูและรักษาทุนทางวัฒนธรรม ที่มีอยู่ให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด “จุดประสงค์ของเราทำยังไงก็ได้ให้ป่าของเราเพิ่มอันนี้คือจุดหลักของศูนย์ป่าชายเลน สิ่งที่เหลือที่ตามมา คือความเข้มแข็งของชุมชนนี่จะเป็นผลพลอยได้ เราก็มีอุดมการณ์ด้วยกัน สร้างป่าให้อุดมสมบูรณ์ต่อไป” (คนที่ 5, สัมภาษณ์) เพื่อส่งต่อดันทุนสำคัญและล้ำค่าเป็นมรดกให้คนรุ่นหลังได้รับประโยชน์จากต้นทุนที่สั่งสมไว้ต่อไป

5.5.2 กระจายรายได้ แบ่งปันผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจสู่สมาชิกในชุมชน สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ “ช่วยกันปรับปรุงให้ชาวบ้านมีรายได้ไม่ต้องไปรับจ้างอะไรในเมือง ให้คนมาเที่ยวรู้สึกสะดวกสุขขึ้น แต่ไม่กระทบกับธรรมชาติ เรานั่นใช้คนให้มากที่สุดเพราะเรากระจายรายได้ให้คนในหมู่บ้าน” (คนที่ 17, สัมภาษณ์) ให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการและแบ่งปันรายได้ที่เกิดขึ้นในกระบวนการท่องเที่ยว

5.5.3 คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทั้งความรู้และความสะดวกในการทำกิจกรรม “เราจะไม่ได้เปิดเป็นจำนวนมากให้คนได้เข้า การรับนักท่องเที่ยวจำกัดเพื่อไม่ให้กระทบกับวิถีชีวิตปกติของเรา” (คนที่ 34, สัมภาษณ์) ในขณะที่เดียวกันก็คำนึงถึงพื้นที่ไม่ให้เกิดกระทบกระเทือนกับการดำเนินวิถีชีวิตปกติมากจนเกินไป

5.5.4 ยึดหลักความพอเพียง ด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดตามความจำเป็นและความเหมาะสม สร้างรายได้และความสุขให้กับสมาชิกในชุมชน “ชาวบ้านเองเราก็พอใจ

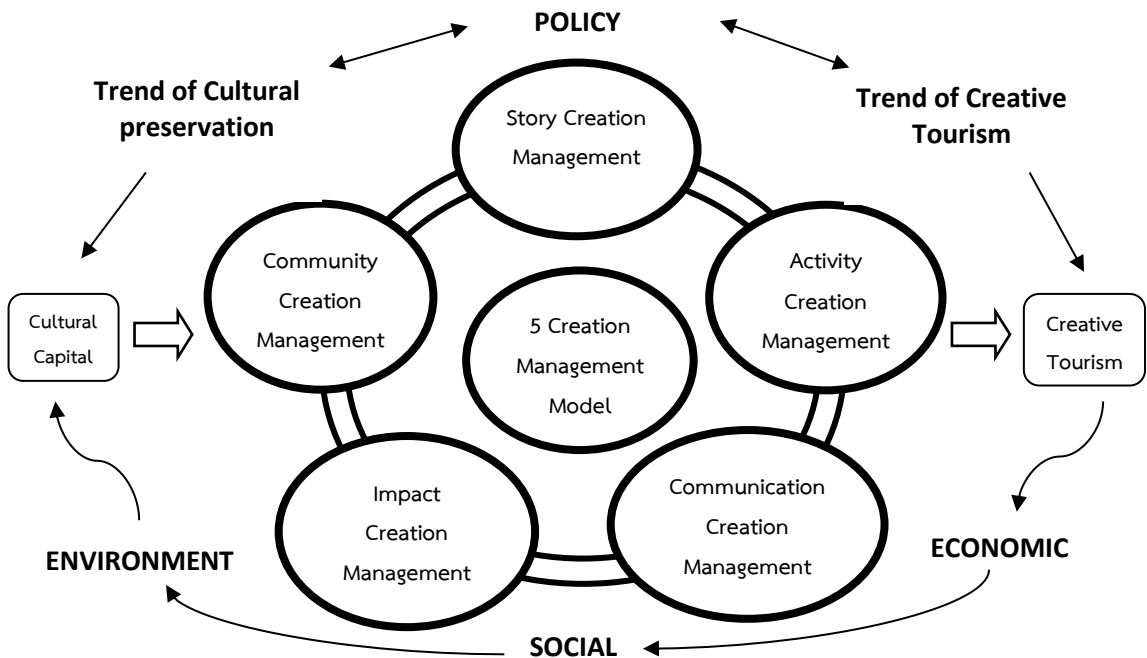
กับแบบนี้พอเพียงเราอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาบ้างก็เป็นรายได้เสริมคือนักท่องเที่ยวกับชุมชนอยู่กันได้” (คนที่ 27, สัมภาษณ์) โดยอยู่บนพื้นฐานของความพอดีและพึ่งพาตนเองได้

5.5.5 ผสานการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม ให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม “ถ้าวิ่งตามกระแสการท่องเที่ยวยิ่งงมงายก็ไม่มีที่สิ้นสุด เราต้องสืบสานรักษาขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของชาวเชียงคานไว้ ผาสาดลอยเคราะห์มันเป็นเอกลักษณ์ของเรา มาตีมูลค่าชีวิตความเรียบง่ายมีชีวิตสบาย ๆ อยากให้เป็นแบบนี้” (คนที่ 31, สัมภาษณ์) เมื่อนักท่องเที่ยวคนต่างถิ่นเข้าไปเยี่ยมชมเห็นคุณค่า เจ้าของพื้นที่ก็จะเกิดความภาคภูมิใจอยากที่จะสงวนรักษาทุนทางวัฒนธรรมของตนไว้

5.5.6 เน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน ให้การพัฒนาเป็นไปอย่างช้าแต่มั่นคง ไม่ให้การท่องเที่ยวเข้ามาปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตหรือสภาพแวดล้อมมากจนเกินไป “เราไม่เอาเงินมาทุ่มแต่นักท่องเที่ยว เพราะเขาไม่มาแล้วจะเอาเงินที่ไหนก็เลยคิดว่าอยู่อย่างนี้ถ้ามากก็มากถ้าไม่มากก็ไม่เป็นไรเป็นแค่งานอดิเรก คนที่นี้ก็พยายามที่จะให้มันยั่งยืน เราไม่ให้มันปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเราจนมากไป” (คนที่ 16, สัมภาษณ์) ให้สมาชิกในชุมชนค่อย ๆ ได้เรียนรู้และพัฒนาไปพร้อมกันเพื่อป้องกันความเหลื่อมล้ำและการทำลายทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น

5.5.7 สร้างความกลมกลืนระหว่างการท่องเที่ยวและวิถีชีวิต ให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนอยู่ด้วยกันอย่างกลมกลืน “ทุกอย่างเจ้าของบ้านจะเป็นคนดูแลหมดการทำอาหารที่พักกิจกรรมต่าง ๆ เจ้าของบ้านจะเป็นผู้ดูแลหมด ถ้าไม่มีใครมาเที่ยวก็กลับไปบ้านไปเลี้ยงวัวเลี้ยงแพะ กลางคืนก็กรีดยางเรือก็มีออกทะเลแล้วก็ไปนั่งคุยกันชีวิตสบายนะไม่ต้องไปนู่นวายนะอะไร” (คนที่ 27, สัมภาษณ์) ได้พักผ่อนโฮมสเตย์อยู่ร่วมทำกิจกรรมกับเจ้าของบ้าน สร้างความรู้สึกร่วมกันปลอดภัยเหมือนมาเยี่ยมญาติ ให้การท่องเที่ยวผสมผสานสอดคล้องไปกับวิถีชีวิตปกติของชุมชน

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น เมื่อนำมาผนวกกับบริบทความสำคัญของแนวโน้มการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้วิจัยจึงนำเสนอ รูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM - Model) เพื่อนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังรายละเอียดที่แสดงในภาพที่ 5.1



ภาพ 5.1 รูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5 CM-MODEL)

6. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย นำมาอภิปรายในประเด็นของรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5 CM-MODEL) ในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่

6.1 การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วมเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นไปได้โดยสะดวกและยั่งยืน สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ เพชรศรี นนทศิริ [6] ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้ง ในการจัดตั้งวางแผนและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างสมาชิกในกลุ่มส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว

6.2 การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ การนำเสนอเรื่องราวเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยว ดังที่ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว [7] ได้กล่าวว่า เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของทุนทางวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่า หรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของตนเพื่อสร้างจุดขาย

6.3 การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จัดขึ้นเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Campbell [8] ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้กับผู้เดินทาง เช่น กิจกรรมด้านศิลปะ ทัศนกรรม การทำอาหาร พร้อมกับการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีชาวบ้านในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะ

6.4 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ต้องมีการนำเสนอเรื่องราวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสอย่างลึกซึ้งสอดคล้องกับ Richard [9] ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมของชุมชนได้เรียนรู้ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย

6.5 การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ ต้องคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมลภัส พงศกรรังศิลป์ [10] ที่พบว่าองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน คือ การให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

จากนโยบายและแนวโน้มการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมที่ผ่านการจัดการเชิงสร้างสรรค์ทั้ง

5 ประการนั้น นำไปสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

7. บทสรุป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยการศึกษาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่น 8 แห่งใน 4 ภูมิภาค พบว่ารูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM - Model) ได้แก่ 1) การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ 3) การจัดการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการจัดการที่เหมาะสม ในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในขณะที่ยังคงคำนึงผลกระทบต่อทางสังคม สิ่งแวดล้อมและการดำรงรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้สืบไป

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างข้อสรุปภาพรวมของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ซึ่งหากนำไปใช้กับการจัดการในระดับหมู่บ้านหรือชุมชน อาจต้องมีการประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาในเชิงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนารูปแบบการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2559, สืบค้นจาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- [2] UNESCO, “Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism,” Discussion Report of

the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, USA, October. 25-27, 2006, pp. 2-4.

- [3] สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)” องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ร่วมกับคณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ, 2556.
- [4] C. Raymond, The Practical Challenges of Developing Creative Tourism: A cautionary tale from New Zealand, In G. Richards and J. Wilson (Eds), Creative Tourism and Development, London, Routledge, 2007.
- [5] รัตน์ บัวสนธิ์, การวิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 5 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.
- [6] เพชรศรี นนท์ศิริ, “รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเขตภาคเหนือตอนล่าง,” วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ 8, ฉบับที่ 2, หน้า 47-66, 2555.
- [7] ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ,” วารสารนักบริหาร, ปีที่ 31, ฉบับที่ 1, หน้า 32-37, 2554.
- [8] C. Campbell. “Creative Tourism Providing a Competitive Edge Tourism Insight” [online]. Retrieved August. 20, 2017, from www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Creative%20Tourism%20Providing%20a%20Competitive%20Edge.
- [9] G. Richard. “Creative Tourism and Local Development” [online]. Retrieved August. 20, 2017, from https://www.academia.edu/4386384/Creative_Tourism_and_Local_Development.
- [10] พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, “การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกไคร้ จังหวัดพังงา,” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ปีที่ 7, ฉบับที่ 3, หน้า 650-665, 2557.