

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง *

Model of Creative Tourism Management in Suan Phueng

ปิรันธ ชินโชติ (PirunChinachot) **

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chantuk) ***

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแนวสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย คือ ผู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ และนักวิชาการ ในอำเภอสวนผึ้ง จำนวน 10 คน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้าง หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ การศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถ นำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอ องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์, ชุมชนเชิงสร้างสรรค์, กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์, การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The research model of creative tourism of Suan Phueng, Ratchaburi aimed to study model creative tourism of Suan Phueng. This research was qualitative research, the tools was the in-depth interview form. The key informant was the 10 specialist of tourism in Suan Phueng include Government agencies, Entrepreneur, Academician.

The result found that the model of creative tourism of Suan Phueng is to build or create the value-added for the tourism resources which available in Suan Phueng. Create

* บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง

** อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง (Faculty of Management Science, Muban Chomabueang Rajabhat University) E-mail thank_kub@hotmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Faculty of Management Science, Silpakorn University)

innovative tourism pattern which utilized both natural and culture resources, lead to new tourism activities, products and services. Cooperate of both entrepreneur and local community to create learning engagement and skills to visitors.

To develop Suan Phueng to be the city of creative tourism, must utilized strength of Suan Phueng and cooperate with the factors that reflects context of Suan Phueng. There are 5 factors to proposed included, Creative Destination, Creative Entrepreneur, Creative Locals, Creative Activities & Products, Creative Communication.

Keywords: Tourism, Tourism Management Model, Creative Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยซึ่งสามารถยืนยันได้จากตัวเลขของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาถึง 24.64 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 1.15 ล้านล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนถึง 138 ล้านคน ที่สร้างรายได้ 705,500 ล้านบาท ในปี 2557 ที่ผ่านมา (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2558) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญยิ่งต่อประเทศการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ เป็นผลให้เกิดการลงทุนสร้างเม็ดเงินในประเทศมากขึ้นนอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้วยังสามารถสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนงก่อให้เกิดการกระจายงานกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาติ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพัฒนาสังคมของประเทศไทยได้

ประเทศไทยนั้นมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมาย และหลากหลาย ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี อีกทั้งความมีไมตรีจิตของคนไทยที่เป็นที่รับรู้โดยทั่วกันจนได้สมญานามว่า “THE LAND OF SMILES” สยามเมืองยิ้มจึงเป็นแรงดึงดูดการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก (อมรรัตน์ วงศ์เป็ง, 2552) เมืองไทยจึงกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่มีตัวสินค้าหลักในจำนวนองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถแตกเป็นประเภทกิจกรรมของการท่องเที่ยวได้ถึง 8 ประเภทได้แก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวทางเรือ และการท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2557) สิ่งเหล่านี้เองสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งนอกเหนือจากความสุขสนุกรื่นเริงการท่องเที่ยวยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นก่อให้เกิดความเข้าใจทำให้เกิดความรู้สึกเป็นมิตรต่อกันและมีประโยชน์ทั้งทางด้านการปกครองและการเมืองระหว่างประเทศซึ่งความสัมพันธ์อันดีต่อกันนี้จะส่งผลกระทบต่อรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ทำให้มีความเข้าใจและใกล้ชิดกันยิ่งขึ้นอาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้คนต่างชาติ ต่างศาสนา (วีระพล ทองมา, 2554)

ในปัจจุบัน กระแสโลกาภิวัตน์นั้น เป็นกระแสหลักที่สร้างความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโลกาภิวัตน์ คือ โลกที่เป็นหนึ่งเดียวกัน (โลกที่ถูกทำให้มีขนาดเล็กลง จากการย่นย่อเวลาการส่งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วเพียงเสี้ยววินาที) มีความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะในปัจจุบันความเป็นโลกเดียวกันของ

เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การเงินเสรี ทำให้ทั้งโลกเชื่อมโยงเป็นระบบเดียวกัน อาจจะนิยามโลกาภิวัตน์ในความหมายสั้นๆคือ “โลกไร้พรมแดน” หรือทำให้โลกเล็กลงภายใต้การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ(อารีย์ นัยพินิจ, 2557) ซึ่งโลกาภิวัตน์นี้ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันเช่นกัน จากในยุคเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงปี 1950 เป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม (Classic Tourism) จะมุ่งเน้นการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นจำนวน (Mass Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้มีแนวโน้มสูงที่นักท่องเที่ยวจะใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง มีผลทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์นี้เองเป็นเหตุให้ข้อมูลข่าวสารถูกแพร่ออกไปอย่างรวดเร็ว สถานที่ตามกระแสนิยมนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะให้ความสนใจ การเดินทางท่องเที่ยวตามกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม นั้น จึงก่อให้เกิดการไหลเข้าของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับอยู่อย่างจำกัดทำให้เกิดผลทางลบกับทั้งกับแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ทรุดโทรมลงอย่างรวดเร็ว ส่วนนักท่องเที่ยวก็อาจจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่ประทับใจตามที่คาดหวังไว้ เป็นผลให้ไม่อยากกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อีก

ดังนั้นแนวคิดใหม่ที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพจึงได้ถูกเสนอขึ้น เพื่อที่จะหารูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่เหมาะสม และหาแนวทางนวัตกรรมใหม่ๆเพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่สร้างผลกระทบทางลบเหมือนที่ผ่านมา สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ ให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาครัฐได้ตระหนักให้ความสำคัญถึงการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ (ยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559)

แนวคิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ นั้นคือการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด เป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความตั้งใจที่จะเลือกมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางจริง ไม่ใช่เป็นการมาท่องเที่ยวไปยังที่แห่งนั้นตามกระแสนิยม โดยการจะตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้น ควรที่จะมีการนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวรายบุคคล โดยที่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับฝ่ายทั้งด้านภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน ร่วมกันพัฒนาการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดในระยะแรกๆที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานกับธรรมชาติ (Nature based tourism) โดยมีหลายลักษณะ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) เป็นต้น (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2558)

นอกจากนั้น อีกรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzbarger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000) ตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การวาดภาพวาด การแกะสลักและการ

ทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น(ภยัณณิ แก้วสง่า, 2555) การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจึงส่งผลต่อนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเศรษฐกิจในท้องถิ่น ตลอดจนการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมถิ่นนั้นๆ รวมถึงการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนำมาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งเน้นการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายได้ให้ชุมชนจากที่ได้กล่าวมานั้นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้สามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวได้ เพราะสามารถสร้างความสมดุลทั้ง 3 ส่วน คือด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพราะนอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของตนเองรวมทั้งยังคงสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ไว้ได้อีกด้วย ซึ่งจากที่ได้กล่าวมานั้น หากสามารถนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาปรับใช้กับพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว จะสามารถพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะกับพื้นที่ท่องเที่ยวของอำเภอสวนผึ้ง ที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีการวางแผน เพื่อรองรับการขยายตัวอย่างยั่งยืน และเป็นระบบ

อำเภอสวนผึ้ง เป็น 1 ใน จำนวน 10 อำเภอของจังหวัดราชบุรี และเป็น 1 ใน 3 ของโซนพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา และอำเภอบางแพ ซึ่งเป็นอำเภอติดชายแดนไทย-พม่า ขนาบด้วยเทือกเขาตะนาวศรีที่เป็นพรมแดนทางฝั่งตะวันตก ประกอบด้วย ป่าเขา น้ำตก ธารน้ำลำภาชี ต้นไม้และสัตว์ป่า พร้อมด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ในปัจจุบันอำเภอสวนผึ้งถือได้ว่าการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวที่รวดเร็ว โดยได้มีการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่น ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต และ วิธีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนและปัจจัยในการท่องเที่ยวสามารถกระจายรายได้ไปในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การขายของที่ระลึก สินค้าชุมชน ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อม ธุรกิจท่องเที่ยวในสวนผึ้งขยายตัวมากขึ้นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทำให้ชื่อของสวนผึ้งเป็นที่รู้จักของทั้งประเทศ

จากสภาพพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ทิวทัศน์สวยงาม รวมถึงระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนักทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาที่อำเภอสวนผึ้ง ในปี 2556 สูงถึง 1.6 ล้านคน (ประชาชาติธุรกิจ, 2556) แต่อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลให้เกิดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรการท่องเที่ยวถูกทำลายเช่นการทิ้งขยะในพื้นที่ธรรมชาติ แม่น้ำ ลำธารอีกทั้งการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ให้ความสำคัญใดๆกับวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนพื้นถิ่นเป็นเพียงการเข้ามาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามกระแสความนิยมเพียงเท่านั้น

ดังนั้นการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559จะเป็นแนวทางหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสวนผึ้ง ผลักดันให้เกิดการสร้างรูปแบบการสร้างสรรคแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการผสมผสาน การนำวัฒนธรรมประเพณีสิ่งที่ดีงามของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมาสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจภายใต้ความเข้มแข็งของชุมชนที่จะยังคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่ดึงดูดของ

นักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่าสร้างความอุดมสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้นไป นำไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบริบทของสวนผึ้งได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ โดยอาศัยหลักการ แยกออกมาตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) ประกอบไปด้วย ลักษณะแรก การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) ลักษณะต่อมาคือ การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางแหล่งประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หรือการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบทหรือชุมชน (Rural Tourism / Village Tourism) ลักษณะสุดท้ายคือ การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่องค์การการท่องเที่ยวโลกได้ให้ไว้แล้วนั้น ยังสามารถแบ่งประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวตาม สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดไว้เป็นหลายลักษณะ ประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพเป็นกิจกรรมเป้าหมายของการท่องเที่ยว หรือเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเรียนรู้ วิธีการรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจ ให้ได้ความพึงพอใจเพิ่มพูนความรู้ในการรักษาคุณค่าของคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เช่น การผ่าตัดเสริมความงามหรือทำศัลยกรรมพลาสติกการลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพ การล้างพิษในร่างกาย หรือการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การอาบน้ำแร่ ลักษณะต่อมาคือ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ

ผจญภัย” หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม มีความใส่ใจ มีจิตอนุรักษ์ โดยครอบคลุมการท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติ การแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ทำหายโดยเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจระหว่างกัน และอนุรักษ์ธรรมชาติให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การส่องสัตว์ การดูนก การชมผีเสื้อ การนั่งช้าง การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น การปีนผา ปีนเขา โรยตัวจากน้ำตก การปั่นจักรยาน การล่องแก่ง การพายเรือแคนู เรือคายัค การเที่ยวถ้ำ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย เช่น การเดินป่า การดำน้ำ ลักษณะการท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่อมาคือ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการศึกษา หรือสร้างความเพลิดเพลินในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ เทคโนโลยีการผลิตทางเกษตรที่ทันสมัย หรือชื่นชมความสวยงามและได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท การชมไร่ นา การชมสวนผลไม้ การชมสวนดอกไม้ การชมกระบวนการผลิตใบชา การชมฟาร์ม ปศุสัตว์ การชมแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำลักษณะต่อมาคือ “การท่องเที่ยวเชิงกีฬา” โดยรวมกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา หรือการเข้าร่วมชมกีฬา และลักษณะที่มีมากในประเทศไทย ได้แก่ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการชื่นชม ศึกษา สิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะในแขนงต่างๆ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นศิลปวัฒนธรรม ประเพณี นอกจากนั้นแล้วการท่องเที่ยวอีกลักษณะคือ “การท่องเที่ยวเชิงศาสนา” เป็นอีกลักษณะที่ถือเป็นการท่องเที่ยว โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปสู่สักการสถานที่สำคัญทางศาสนา การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นมัสการเกจิอาจารย์ รวมไปถึงกิจกรรมด้านศาสนา เช่น การนั่งวิปัสสนา กรรมฐาน เป็นต้น หรือลักษณะการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำคือ “การท่องเที่ยวทางเรือ” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวโดยมีเรือเป็นพาหนะ เดินทาง ด้วยระดับความเร็วที่ไม่มากนักไปตามเส้นทางน้ำที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนและความเพลิดเพลินจากการเดินทาง เช่น การล่องเรือเพื่อรับประทานอาหาร การล่องเรือสำราญที่มีบริการที่พักบนเรืออย่างครบวงจรหรือ การล่องเรือเพื่อชมการแสดงต่าง ๆ การล่องเรือเพื่อชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ และการล่องเรือเพื่อชมความงามของธรรมชาติ เป็นต้น ลักษณะสุดท้ายที่สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดไว้คือ “การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (นันทนาการและบันเทิง)” เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่มีได้มีความสำคัญ หรือมีความสำคัญน้อยในประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาหรือวัฒนธรรม เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก (สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2557)

จากการพิจารณารูปแบบที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่มีพื้นฐานที่ต้องใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอาจจะได้ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ สร้างทักษะให้นักท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งได้แก่องค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น มาสร้างเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว ผสมผสานกับนวัตกรรมการท่องเที่ยว สร้างให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้นๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุกๆปี นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริโภคทรัพยากรต่างๆจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ยิ่งจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งเที่ยวนั้นตกต่ำลงส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่องเที่ยวที่มาเยือน ให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่งเที่ยวนั้นหมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 2002) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีตัวตนจับต้องได้ (Tangible product) จึงมีโอกาที่จะสูญสลาย และหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่างต่อเนื่อง (Prentice & Andersen, 2003) แนวคิดของการขายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดั่งสินค้าเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อยๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย Raymond และ Richards โดยให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่นการร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่นการเต้นรำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะเชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้นๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ๆได้ (Romana, 2013) โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ซึ่งหากถูกใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมด สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไปดังนั้นในการศึกษาที่จะพัฒนา สร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้นั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวคิดที่จะต้องตระหนักถึง

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถแสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 ประการได้แก่ (Richards, 2010)



ภาพประกอบที่ 1: คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010)

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำศิลปะคอมพิวเตอร์ล้านนาจังหวัดเชียงใหม่โดยสามารถสร้างทักษะด้านการประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ที่เป็นศิลปะพื้นบ้านให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้านเป็นต้น นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะเพิ่มเติมจากการมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมดังกล่าว

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า โดยที่ไม่เปิดเผยทรัพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ชุมชนสามารถใช้วิถีชุมชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นโดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ทั้งชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความแตกต่าง แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์ และพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และนำเสนอให้นักท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชน และชุมชนจะรักษาไว้สืบต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยที่ใช้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview-IDI) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การเก็บข้อมูลดำเนินไปในลักษณะการพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์ระหว่างกันสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายให้เกิดความมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวสวนผึ้ง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ นักวิชาการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการการศึกษาในครั้งนี้มีข้อมูล 2 ลักษณะประกอบด้วย

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่สวนผึ้ง ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว คนพื้นที่ในชุมชน นักวิชาการหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน ใช้วิธี Snowball จนข้อมูลอิ่มตัว และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีสามเส้า

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

จากเอกสารที่เกี่ยวข้องได้แก่เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และอำเภอสวนผึ้งรวมถึงเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษา “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้ ได้แก่ ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านประชากร และขอบเขตด้านเวลา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ ใช้พื้นที่ในการศึกษา คือ อ.สวนผึ้ง จ.ราชบุรี
2. ขอบเขตด้านประชากรการศึกษานี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวคนพื้นที่ในชุมชน นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 10 ท่าน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม 2558 – ตุลาคม 2558

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำวิธีตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เส้า (methodology triangulation) มาใช้ เพื่อความแม่นยำของข้อมูล (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของข้อมูลโดยเริ่มจากรูปแบบการรวบรวมข้อมูลใน

หลากหลายวิธี ทั้งการเก็บข้อมูล แบบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม และนำมาประกอบการแปลความหมายร่วมกับการถอดเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง รวมถึงเพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด จึงได้มีการตรวจสอบสามเส้าด้านต่างๆดังนี้ (สุภากร จันทวานิช, 2539)

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล ซึ่งการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจะดำเนินการสร้างกรอบตาราง กำหนดการในการเก็บข้อมูลในห้วงเวลา และสถานที่ ที่ต่างกันรวมถึงการใช้บุคคลที่ต่างกันในการเก็บข้อมูล และบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลนั้นมาจากกลุ่มบุคคลที่มาจากหลายหน่วยงาน แต่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของสวนผึ้ง เป็นต้น

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดย การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม รวมถึงการตีความข้อมูลแตกต่างแตกต่างจากทฤษฎีที่ได้ทำการรวบรวมมาก่อนหน้านั้นได้มากน้อยเพียงใด (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2011)

3. การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล (methodology triangulation) ตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธีด้านเอกสาร สัมภาษณ์ลักษณะเจาะลึก รวมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ได้วิเคราะห์ในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสวนผึ้งอย่างไร รวมถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ควรจะเป็นในสวนผึ้งนั้นควรมีรูปแบบการจัดการอย่างไร เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนทางการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง ต่อไป

ผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษาที่ได้มา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสวนผึ้ง พบว่าสถานการณ์เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในปัจจุบันมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อย่างชัดเจนส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลี้เลที่จะเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และถึงแม้ในสวนผึ้ง จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักซึ่งเป็นคนไทยถึงร้อยละ 90 แต่อย่างไรก็ตามภาพรวมเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ก็ยังเป็นผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยระมัดระวังในการใช้จ่าย ซึ่งกระทบกับการท่องเที่ยว และการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลง

หากพิจารณาจากการท่องเที่ยวในสวนผึ้งแล้ว สวนผึ้งเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Tourism Destination) โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องวางแผนเพื่อเดินทางท่องเที่ยวสวนผึ้งเป็นจุดหมายโดยตรง เพราะสวนผึ้งไม่ใช่เมืองผ่านเป็นเมืองที่ต้องตั้งใจมาเท่านั้น แต่ด้วยจุดเด่นของสวนผึ้งที่ห่างจากกรุงเทพเพียง 150 กิโลเมตร โดยใช้ระยะเวลาเดินทางเพียง 2 ชั่วโมงเศษ จึงเป็นเมืองทางเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ที่ต้องการหาที่พักผ่อนที่อุดมไปด้วยธรรมชาติแต่ไม่ไกลมากนัก สวนผึ้งเป็นเมืองที่ยังคงมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ในฤดูหนาว มีอากาศที่หนาวเย็นคล้ายคลึงกับทางภาคเหนือของประเทศไทย ดังนั้นในช่วงฤดูหนาว

จึงเป็นไฮซีซั่นของสวนผึ้ง นักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้ามาเพื่อมาท่องเที่ยวและสัมผัสอากาศที่หนาวเย็น อีกทั้งสวนผึ้งนั้น มีวัฒนธรรมจากหลากหลายชาติพันธุ์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้ง น้ำตก ภูเขา ต้นไม้ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตกที่สำคัญได้แก่ น้ำตกเก้ากระโจน น้ำตกผาแดง น้ำตกตะนาวศรี แก่งส้มแมว ธารน้ำร้อนบ่อคลึง สถานที่ชมทะเลหมอกบนยอดเขาได้แก่ เขาค้อระโจม ห้วยคอกหมู หรือจะเป็นการเดินป่าชมต้นไม้ ธรรมชาติ โดยเฉพาะต้นผึ้ง หรือต้นยวนผึ้ง ต้นไม้ขนาดใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของสวนผึ้ง เป็นต้น นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สวนผึ้งยังเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากการที่ผู้ประกอบการได้พัฒนาที่พักในรูปแบบต่างๆ สร้างความประทับใจในรูปแบบดีไซน์ การบริการที่เป็นกันเอง และที่สำคัญที่สุด สวนผึ้งนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สามารถสร้างชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วประเทศ ไม่ว่าจะเป็นฟาร์มแกะชื่อดังแห่งแรกของเมืองไทย เดอะ ซีนเนอรี วินเทจ ฟาร์ม แหล่งทำเทียนหอม และชมงานศิลปะจากเทียน ที่บ้านหอมเทียน เมืองจำลองแบบจากซานโตรินี่ กรีซ ที่ตลาดน้ำเวเนโต้ สวนผึ้ง ฟาร์มเพาะพันธุ์อัลปาก้า และสวนสัตว์แห่งแรกของประเทศไทย อัลปาก้าฮิลล์ สวนน้ำขนาดใหญ่แห่งใหม่ที่สวนน้ำ เดอะริสอร์ทและล่าสุด โคโรฟิลด์ ฟาร์มเมล่อน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสมัยใหม่ เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สวนผึ้งกลายเป็นอำเภอที่โดดเด่นของจังหวัดราชบุรีสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามามากมายถึง 1.6 ล้านคนในปี 2556 (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

จากข้อมูลข้างต้น จึงสามารถสรุปได้ว่าอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีนั้นเป็นเมืองการท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งของประเทศไทย มีคำขวัญประจำอำเภอซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมที่หลากหลาย และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ถือเป็นจุดเด่นที่สำคัญ ซึ่งนั่นก็คือ “สาวกะเหรี่ยงเคียงถิ่นตะนาวศรี ลำภาชีแก่งส้มแมวแนวหินผาธารน้ำร้อนบ่อคลึงตรึงจิตตา น้ำผึ้งป่าหวานซึ่งติดตรึงใจ” ในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในสวนผึ้งนั้น มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยงาน Event แรกของสวนผึ้งที่เป็นจุดเริ่มต้นของชื่อเสียง และสร้างงาน Event ต่อจากนั้นมากมาย ได้แก่ Candle in the Winter ซึ่งจัดที่ เดอะ ซีนเนอรี วินเทจ ฟาร์ม ในปี 2552 เป็นงานที่ผู้ประกอบการของสวนผึ้งได้ร่วมมือกันจัดขึ้นโดยภายในงานนั้นจะมีการจุดเทียน ประติมากรรมเทียน และงานศิลปะต่างๆ มีอาหารบริการให้นักท่องเที่ยว พร้อมนั่งบนกองฟาง ชมบรรยากาศ และฟังดนตรีในบรรยากาศที่โรแมนติก หลังจากการมี งาน หลังจากงาน Event ดังกล่าว สวนผึ้งก็เป็นเมืองที่หน่วยงานทั้งภาคเอกชน และภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ งาน Event ส่งเสริมการท่องเที่ยว จนเป็นงานประจำปีหลากหลายงาน เช่น งาน Romantic Art Festival Candle in the Winter, Concert Season of Love Song, Concert So in Art So in Love, และงานอื่นๆอีกมากมาย นอกจากงาน Event ที่กล่าวมานั้น ด้วยจุดแข็งอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญนั่นคือการรวมตัวอย่างเข้มแข็งของผู้ประกอบการในนาม “ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง หรือ I Love สวนผึ้ง” สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในมุมมองต่างๆของสวนผึ้ง ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น โดยพยายามดึงจุดเด่นที่สำคัญของสวนผึ้ง นั่นคือธรรมชาติ มาผนวกกับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเมื่อเดือนมิถุนายน 2558 ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกันจัดงานแถลงข่าวเปิดเมืองท่องเที่ยว Adventure รวมถึงการจัดงานแข่งขันจักรยานครั้งยิ่งใหญ่ซึ่งมีนักแข่งจากหลากหลายประเทศ และมีผู้เข้าร่วมกว่า 1,500 ท่าน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้จัดขึ้นโดยอิงบนฐานจุดแข็งเรื่องธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ของสวนผึ้ง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรม

Adventure เช่น พายเรือคายัค ปีนผา ชมทะเลหมอก หรือจะปั่นจักรยานขึ้นชมธรรมชาติ เรียนรู้วัฒนธรรมของสวนผึ้งได้อย่างไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ เพื่อสร้างภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง ทางชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ได้ร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อิงธรรมชาติและชุมชน ได้แก่ “โครงการปั่นเพื่อปลูก ผักสัมพันธ์พื้นถิ่น” โดยเป็นโครงการที่ผสมผสานกิจกรรมการปั่นจักรยาน เข้ากับเทศกาลกินข้าวห่อกะเหรี่ยง และการปลูกป่าเพิ่มพื้นที่สีเขียว ซึ่งโครงการดังกล่าวถูกจัดขึ้นในต้นเดือนกันยายน 2558 ซึ่งตรงกับเดือนเจ็ดของชาวกะเหรี่ยงในเทศกาลกินข้าวห่อกะเหรี่ยง นักท่องเที่ยวจึงได้มีโอกาสสัมผัสวัฒนธรรมร่วมกับการปั่นจักรยานเพื่อชื่นชมธรรมชาติ รวมถึงการร่วมปลูกป่าเพื่อรักษาธรรมชาติในเวลาเดียวกัน

นอกจากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสวนผึ้ง และกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของสวนผึ้ง ได้มากขึ้น ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้งได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอในการจัด Road Show เพื่อส่งเสริมการขายหรืองาน Table Top Sales รวมถึงการจัดคณะไปดูงานในพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ สามารถเชื่อมโยงเครือข่าย และเพิ่มศักยภาพในการปรับปรุงคุณภาพ และการขายสินค้า/บริการของตนได้ รวมถึงการเข้าร่วม Consumer Fair ต่างๆ ที่จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น งานไทยเที่ยวไทย งานวันธรรมดามานาเที่ยว ฯลฯ และพยายามในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการจัด Press trip พาสื่อเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในสวนผึ้ง การจัดทำสื่อออนไลน์ทาง Social Media การจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของสวนผึ้งนั้นจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องเกิดความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในส่วนของผู้ประกอบการ ต้องตระหนักถึงการเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ เสนอสินค้าและบริการในราคาที่คุ้มค่าเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยว สร้างเอกลักษณ์จุดขายของธุรกิจของตนให้ชัดเจน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ตระหนักถึงการบำรุงรักษา และเพิ่มเติมธรรมชาติให้แก่สวนผึ้ง รวมถึงการมีสัมพันธ์ที่ดีใกล้ชิดกับชุมชน แต่สิ่งสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความยั่งยืนได้นั้นอีกสิ่งที่สำคัญคือชุมชน ต้องสร้างให้ชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของตน และสนับสนุนให้วัฒนธรรม ประเพณีนั้นโดดเด่นเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน สามารถนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวต่อไปได้ นอกจากนั้นชุมชนเองต้องมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว ต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ประโยชน์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ซึ่งพื้นฐานของคนในชุมชนในสวนผึ้งที่มีอัตลักษณ์ไม่ตรี จะยังเป็นกลไกผลักดันการท่องเที่ยวที่สำคัญของสวนผึ้งต่อไปได้ อีกส่วนที่สำคัญคือภาครัฐที่จะต้องเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องให้ความร่วมมือกับทั้งชุมชน และผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด จะช่วยทำให้เกิดการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง และสร้างแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยวร่วมกันให้ชัดเจน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสวนผึ้งให้ก้าวหน้าต่อไปอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปผลการศึกษาที่ตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษารูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้ดังนี้

ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง ได้มีผู้ให้ความหมายสอดคล้องกัน คือการใช้ทรัพยากรที่เรามีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม มาสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งเทียบเคียงกับการให้ความหมายจากผู้ให้

สัมภาษณ์ท่านอื่นๆที่ค่อนข้างสอดคล้องกันคือ การต่อยอดฐานทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างคุณค่า หรือเพิ่มเติมมูลค่าให้สูงขึ้น การมีส่วนร่วมของชาวบ้านชุมชน โดยดึงภูมิปัญญา และฐานวัฒนธรรม นำมาเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความหมายเพิ่มเติมในเรื่องการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และสร้างการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวไปด้วย โดยอาจจะผ่านกิจกรรม DIY ต่างๆเช่น ผ่าน Workshop การทำตุ๊กตา การทำอาหาร การทำช็อคโกแลต เป็นต้น

จากการให้ความหมายตามข้างต้นสามารถสรุปการให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง คือ การสร้าง หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่เราที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมการสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการ การท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน ที่จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ เพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

1.1 ผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถ รวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งสามารถสร้างนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

1.2 คนในชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถประยุกต์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้

1.3 มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีความสวยงาม และมีอากาศหนาวเย็นในฤดูหนาว เหมือนกับทางภาคเหนือ

1.4 มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

1.5 สวนผึ้งเป็นพื้นที่ทางการท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพฯ ระยะห่างเพียง 150 กิโลเมตร เดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงเศษ

1.6 มีการพัฒนาเส้นทางจักรยานในสวนผึ้ง จากภาครัฐ โดยสำนักงานทางหลวงชนบท จังหวัดราชบุรี

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

2.1 ขาดความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ

2.2 คนในชุมชนยังขาดความภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และยังไม่สามารถแปลงเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้และยังขาดความร่วมมือจากชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.3 ปัญหาเรื่องการขาดระบบการคมนาคมสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว ระบบขนส่งสาธารณะไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในสวนผึ้งได้

2.4 ขาดมาตรฐานในด้านการบริการ เช่น ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม

3. โอกาส (Opportunities)

3.1 กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กำลังเป็นที่นิยม สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในสวนผึ้ง

3.2 ได้รับการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจากหลายหน่วยงาน สามารถได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานต่างๆเหล่านั้นได้มากขึ้น

4. อุปสรรค (Threats)

4.1 สถานการณ์ เศรษฐกิจ และการเมืองที่ไม่แน่นอน ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว

4.2 หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านโครงสร้าง ไม่มีการวางแผนร่วมกัน ขาดการบูรณาการ

4.3 ปริมาณของนักท่องเที่ยวในลักษณะ Mass ที่มากขึ้น และมีรูปแบบการท่องเที่ยวตามสมัยนิยม ทำให้ขาดนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และกำลังซื้อสูง

สรุปผล

การศึกษาการรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่าสถานการณ์ เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในพื้นที่สวนผึ้ง เป็นผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สวนผึ้งลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลลิตา เอื้ออำนวยชัย (2554) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2553 ต่ออัตราส่วนทางการเงิน จากผลวิจัยแสดงว่าจากความไม่สงบทางการเมืองนั้นเป็นผลให้รายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวลดลง ถึงแม้กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เข้ามาสวนผึ้งนั้น จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่อย่างไรก็ตามก็ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชะลอตัวในการท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวก็ลดลงด้วย

สวนผึ้งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีความประสงค์ที่จะมาจริงๆ เนื่องจากไม่ใช่เมืองผ่าน แต่อย่างไรก็ตามสวนผึ้งยังคงเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 150 กิโลเมตร และยังมีธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีอากาศหนาวเย็นในฤดูหนาวเหมือนกับทางภาคเหนือ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกธารน้ำร้อน จุดบ่อนายอดเขาชมทะเลหมอก และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ฟาร์มแกะ ฟาร์มอัลปาก้า เมืองต่างชาติดำลอง สวนน้ำ ทำให้สวนผึ้งมีชื่อเสียงโด่งดัง จนเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในส่วนใหญ่นั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามกระแสนิยม ตามแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะดื่มด่ำกับธรรมชาติ ที่เป็นจุดเด่นสำคัญของสวนผึ้ง โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการในสวนผึ้งต้องการคือกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ท่องเที่ยวด้วยจิตอนุรักษ์ ดื่มด่ำกับธรรมชาติ ป่า เขา สายน้ำ ชื่นชมและรักษา หลีกเลี่ยงการทำลาย ทั้งมีกำลังซื้อที่สูง พร้อมทั้งจะจ่ายกับสินค้าที่มีคุณภาพ คุ่มค่าแก่ราคาซึ่งผู้ประกอบการและชุมชน ต้องพร้อมกันในการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญา พรหมบุรุษย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว คือ ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นอันดับต้นๆ ซึ่งในพื้นที่สวนผึ้งมี

สภาพแวดล้อมบรรยากาศที่ดีแล้ว แต่ยังคงต้องสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ ให้มีความโดดเด่นและคุ้มค่ากับราคาที่น่าเสนอต่อนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

การสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในสวนผึ้งอย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการสวนผึ้งมีความเข้มแข็งสามารถรวมตัวกัน และร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐ และเอกชน ในการสื่อสารการตลาดหลากหลายช่องทาง รวมถึงการนำเสนอการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ๆ แต่สอดคล้องกับทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวของสวนผึ้ง คือธรรมชาติ ได้อย่างดี จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน การจัดการแข่งขันจักรยาน หรือการนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวแนว Adventure ซึ่งล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญแก่ธรรมชาติ นอกจากนั้นยังใช้ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่จะนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการออกงาน Consumer Fair การออกงาน Table Top Sale กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือการใช้สื่อ Social Media เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสอดคล้องกับ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2558) ในการสื่อสารต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ในการเลือกสื่อให้เหมาะสม สอดคล้องกับช่วงเวลาในการสื่อสาร จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

การสร้างจิตสำนึกการรับผิดชอบต่อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเวลาเดียวกันนั้นจำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นกับทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน ทุกภาคส่วนนั้นต้องตระหนักถึง การเป็นเจ้าของที่ดี มีมิติจริยธรรม ต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีความภูมิใจในวัฒนธรรม ประเพณีตน และรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และปรับเปลี่ยนให้เกิดเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวได้ ผู้ประกอบการต้องรักษาสิ่งแวดล้อม บำรุงดูแล และป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ มีมาตรฐานมีคุณภาพที่คุ้มค่าในการนำเสนอสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว สร้างความแตกต่าง เอกลักษณ์ในธุรกิจของตน และทั้งผู้ประกอบการรวมถึงชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมมือกันนำเสนอวัฒนธรรมรูปแบบทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างการมีส่วนร่วม ทักษะ และประสบการณ์ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยวเอง สอดคล้องกับ พณภฤช อุดมกิตติ (2557) ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวว่าการจะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้นั้น จะต้องเกิดจากความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ช่วยกันพัฒนาองค์ประกอบต่างๆของการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ นำมาซึ่งความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่าการจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอ องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งได้ใน 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งต้องพัฒนาความโดดเด่น และดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งยังต้องสามารถจัดการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนในเวลาเดียวกัน พื้นที่ของสวนผึ้งนั้นมีความโดดเด่นในเรื่องของธรรมชาติและวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการปรับปรุง เพิ่มคุณค่าให้แก่พื้นที่ สร้าง

บรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จากทรัพยากรที่พื้นที่มีอยู่ สร้างพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ (Richards, 2011)

2. ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้นำในความคิดเชิงสร้างสรรค์ (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) โดยสามารถส่งเสริมการพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ในส่วนนี้จึงมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน และมีชื่อเสียงจากการที่ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว หรือรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในส่วนนี้ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสามารถเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมในนาม ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง หรือ I Love สวนผึ้ง ซึ่งได้พยายามผลักดันส่งเสริมการท่องเที่ยวของสวนผึ้งอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องใช้ประโยชน์จากการรวมตัวกันในการแบ่งปันแนวคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่าย ประสานงาน ร่วมกันสร้างแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์กับทุกภาคส่วน ให้สามารถพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งได้

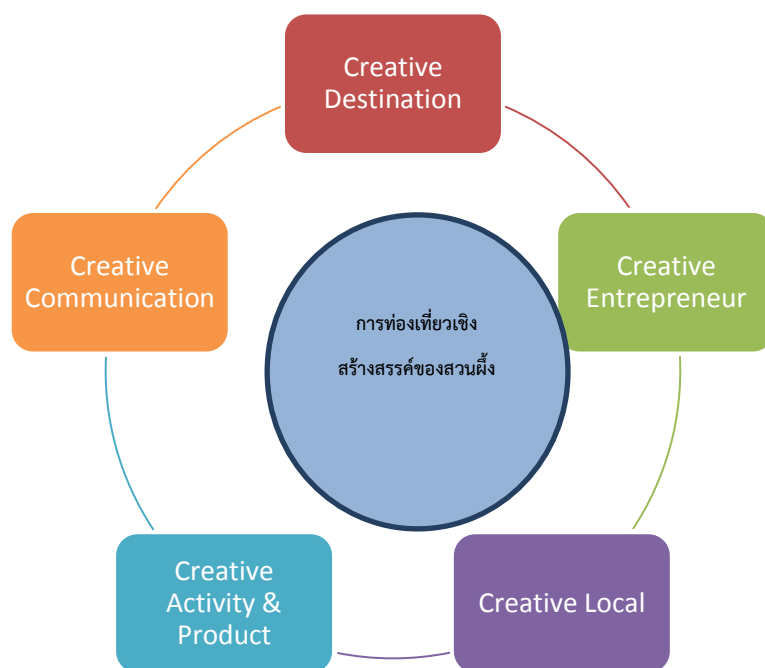
3. ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น คนในชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้ชุมชนต้องสามารถใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ได้อย่างกลมกลืน คนในชุมชนต้องสามารถจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาได้อย่างเป็นระบบ สามารถถ่ายทอด ทักษะ ความสามารถ ปรับปรุงดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในปัจจุบันได้ (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) สำหรับชุมชนในส่วนนี้ซึ่งมีหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรม พื้นฐานคนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี ต่อกัน ซึ่งเป็นจุดสำคัญหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ต้องเกิดการส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวต่อชุมชน อีกทั้งสร้างความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน และนำมาเผยแพร่ เพื่อสร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4. กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities & Products) กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์นั้น ในมุมมองของ Richards (2010) จะเป็นรูปแบบ กิจกรรมหรือสินค้าที่สร้างประสบการณ์หรือทักษะ เป็นการขายสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความประทับใจประสบการณ์ที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว สวนผึ้งมีทรัพยากรที่สำคัญ ทั้งด้านธรรมชาติ และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่จะสามารถนำทรัพยากรต่างๆ ที่มีพัฒนาเป็นกิจกรรม หรือสินค้าเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว มอบประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมและเพิ่มทักษะให้นักท่องเที่ยว เช่นดังในปัจจุบันในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้พยายามเสริมจุดเด่นในเรื่องธรรมชาติของสวนผึ้ง มาประยุกต์กับธุรกิจโดยสนับสนุนมุมมองการอนุรักษ์ ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ล่าสุดของสวนผึ้ง ได้แก่ CORO field ฟาร์มเกษตร เมล่อนสมัยใหม่ เพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปจับจ่ายใช้สอยซื้อผลิตภัณฑ์พืชผลทางการเกษตรแบบไร้สาร อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศึกษา หรือลงมือปลูกเอง และนักท่องเที่ยวจะต้องกลับมาอีกครั้งเพื่อดูความเจริญงอกงามของผลิตผลที่ตนได้ลงมือปลูกเอาไว้ จากที่ได้กล่าวมานั้นอย่างไรก็ตาม สวนผึ้งยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ที่ยังไม่ได้นำมาใช้เพื่อการ

ท่องเที่ยวอีกมากมายหากสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และภาครัฐ เพื่อสร้างกิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ยิ่งจะทำให้สวนผึ้งก้าวเข้าสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

5. การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication) การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะการจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว การสื่อสารในปัจจุบันมีช่องทางที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถเข้าถึงได้เกือบทุกกลุ่มเป้าหมาย และเกือบทุกพื้นที่ในโลก เทคโนโลยีการสื่อสารสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง สื่อที่หลากหลายขึ้นไม่ว่า จะเป็นสื่อในลักษณะดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารการท่องเที่ยวได้ดี และนักท่องเที่ยวเองก็สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปเป็นดังภาพประกอบที่ 2 ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2: รูปแบบขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง สามารถเป็นกระบวนทัศน์และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของสวนผึ้ง โดยเน้นย้ำถึงการมีส่วนร่วมของทุกๆ ฝ่าย เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรม สินค้าหรือบริการอย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส มีส่วนร่วม ตลอดจนการเรียนรู้ในพื้นที่การท่องเที่ยวเป็นผลให้เกิดความประทับใจ การได้จดจำ การได้ค้นพบอย่างลุ่มลึกในพื้นที่การท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องมือที่จะช่วยเน้นย้ำ ยืนยันในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชน จนเกิดการเสริมสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนผู้ลงทุน

ผู้ประกอบการ โดยมีความสมดุลของสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม นำมาสู่ความยั่งยืนในการท่องเที่ยวของสวนผึ้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. ยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559. สืบค้นจาก:

http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3942. สืบค้นเมื่อ: 1 ตุลาคม 2558.

ฉันทา พรหมบุรณย์, นฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 10, ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2558): หน้า 71-87.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2556). เปิดโรดแมปธุรกิจท่องเที่ยว "สวนผึ้ง" นักลงทุนปรับกลยุทธ์เชิงรุกสู่ตลาดผิปี 57. สืบค้นจาก: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1387360432. สืบค้นเมื่อ: 1 กันยายน 2558.

พิทักษ์ ศิริวงศ์, ปัทมอร เล็งแดง. (2011). การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการทางเคลื่อนไหวในสังคมไทย.

Veridian E-Journal, SU Vol.4 No. 2 September – December 2011. หน้า 221-228.

พนกฤษ อุดมกิตติ. (2557). ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2557.

ภัณณิ แก้วสง่า, นิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. Suranaree J. Soc. Sci. Vol. 6 No. 1; June 2012 (93-111)

ภูริวัจน์ เดชอ้อม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย ปีที่ 33(2) : 331-366, 2556.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า.(2558). การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวแบบดาร์กทัวร์ริซึมพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี.Veridian E-Journal, Silpakorn University. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2558. หน้า 571-592.

ลลิตา เอื้ออำนวยชัย. (2554). ผลกระทบของเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2553 ต่ออัตราส่วนทางการเงิน. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา, นวนจันทร์ ทองมา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2558). เข้มทิศท่องเที่ยว. ฉบับ มกราคม – มีนาคม 2558.

สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม. การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2557.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

สุภางค์ จันทวานิช. (2539).วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว

ชาวยุโรป.RMUTTGlobal Business and Economics Review.Vol.4, No.2, March 2009,39-57.

อารีย์ นัยพินิจ, ภัทรพงษ์ เกริกสกุล, ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557).

การปรับตัวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.ปีที่ 7

ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 หน้า 1-12.

ภาษาต่างประเทศ

Goeldner, C. R.andRitchies, B. J. (2006). Tourism: Principles, practices and philosophies.

New Jersey: John Wiley and Sons.

Prentice, R. and Andersen, V. (2003), Festival as Creative Destination. Annuals of Tourism

Research. 30(1), 7-30.

Richards, G. and Raymond, C. (2000), Creative Tourism. ATLAS News 23, 16-20.

Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development.In Wurzburger, R. (Ed.). Creative

Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for

travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International

Conference on Creative Tourism in Santa Fe. (pp. 78–90). New Mexico. USA.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. Annals of Tourism Research

38 : 1225-1253.

Romana KOREZ-VIDE.(2013), Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in

tourism.1307-1320.

Russo, P. (2002), The vicious circle of tourism development in heritage cities. Annuals of

Tourism Research. 29(1), 165-182.

Smith, L.W. (2006), Experiential Tourism aroundthe World and at Home: Definitions and

Standards. International Journal of Services and Standards. 2(1), 1-14.

UNESCO. (2006). 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.