

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน*

CREATIVE ECONOMY AND THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM CITIES

นัสชนะ ส่างช้าง

Naschana Sangchang

นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar, Thailand

Corresponding Author's Email: naschana@gmail.com

วันที่รับบทความ : 20 สิงหาคม 2568; วันที่แก้ไขบทความ 30 สิงหาคม 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 31 สิงหาคม 2568

Received 20 August 2025; Revised 30 August 2025; Accepted 30 August 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน โดยเน้นการสังเคราะห์แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความหมาย ขอบเขต และกลไกสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันประกอบด้วยวัฒนธรรม นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่าเพิ่ม การวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวสามารถสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์เมืองที่แตกต่าง เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม เมืองท่องเที่ยวในปัจจุบันยังเผชิญความท้าทายด้านโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม และการปรับตัวต่อกระแสโลกาภิวัตน์และดิจิทัล บทความเสนอแนวทางพัฒนาเชิงวิชาการ ได้แก่ การกำหนด

Citation:



* นัสชนะ ส่างช้าง. (2568). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(4), 40-51.

Naschana Sangchang. (2025). Creative Economy and the Development of Sustainable Tourism Cities.

Journal of Social Sciences Innovations, 2(4), 40-51.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.17>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ การเสริมบทบาทชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความคิดสร้างสรรค์และการจัดการเมือง ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญในการผลักดันเมืองท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์, เมืองท่องเที่ยว, การพัฒนาอย่างยั่งยืน, วัฒนธรรม, นวัตกรรม

Abstract

This article aims to examine and analyze the role of the creative economy in developing sustainable tourism cities by synthesizing key concepts regarding its meaning, scope, and essential mechanisms, including culture, innovation, technology, and creativity. The study highlights how the application of the creative economy in the tourism context can transform cultural capital and local wisdom into added value, foster distinctive city identity and branding, enhance community participation, increase competitiveness, and maintain a balance among economic, social, cultural, and environmental dimensions. Nevertheless, tourism cities still face critical challenges such as infrastructure limitations, urban management issues, environmental degradation, and adaptation to globalization and digital transformation. This article proposes academic development guidelines, including creative economy policy formulation for tourism, building creative city networks, empowering local communities and entrepreneurs, and developing human resources in creativity and urban management. These approaches are considered vital pathways to promoting sustainable and distinctive tourism cities in the future.

Keyword: Creative economy, Tourism city, Sustainable development, Culture, Innovation

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 โดยเน้นการใช้ทุนทางปัญญา ความคิดสร้างสรรค์

นวัตกรรม และวัฒนธรรมมาแปรเปลี่ยนเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Howkins, 2001) แนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่อาศัยทรัพยากรและแรงงาน ไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มจากความคิดและจินตนาการ องค์การการค้าและการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNCTAD, 2010) ยังชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยช่วยส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสร้างงาน และการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเมืองและประเทศ

ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวถือเป็นภาคส่วนเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในเมืองที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว จากเดิมที่มุ่งเน้นการบริโภคทรัพยากรไปสู่การสร้างสรรค์คุณค่าทางวัฒนธรรม งานหัตถกรรม และประสบการณ์เชิงนวัตกรรม (Richards, 2011) ตัวอย่างเช่น เมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจจากทุนทางศิลปวัฒนธรรมและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างความแตกต่างในตลาดโลก

อย่างไรก็ตาม เมืองท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งการพัฒนาแบบเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ ส่งผลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว และการสูญเสียอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Dredge & Jamal, 2015) อีกทั้งแรงกดดันจากโลกาภิวัตน์และดิจิทัลยังทำให้ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากเมืองท่องเที่ยวไม่สามารถปรับตัวได้ก็อาจทำให้สูญเสียศักยภาพในการแข่งขัน

ดังนั้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายความหมายและความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน 3) สำรวจปัญหาและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน และ 4) นำเสนอแนวทางการประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างที่ยั่งยืนของเมืองท่องเที่ยวไทยในอนาคต

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายและขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความรู้ และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม โดยเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยี (Howkins, 2001) แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานราคาถูก ไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ที่ให้ความสำคัญกับทุนทางปัญญา องค์การการค้าและการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNCTAD, 2010) ได้กำหนดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างงาน การสร้างรายได้ และการพัฒนาที่ยั่งยืน

องค์ประกอบและกลไกสำคัญ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ขับเคลื่อนด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ได้แก่

1. วัฒนธรรม (Culture): วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่าง เช่น อาหาร ศิลปะการแสดง หัตถกรรม และวิถีชีวิต (UNESCO, 2013)
2. นวัตกรรม (Innovation): การพัฒนาความคิดใหม่ ๆ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การออกแบบเชิงนวัตกรรม การนำเสนอรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยว (Florida, 2002)
3. เทคโนโลยี (Technology): การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ สื่อสังคม และความเป็นจริงเสมือน (VR/AR) เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มประสบการณ์แก่ผู้บริโภค (Hartley et al., 2013)
4. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity): ความสามารถในการเชื่อมโยงองค์ความรู้และจินตนาการเพื่อนำไปสู่สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ทั้งในเชิงธุรกิจและสังคม (Landry, 2000)

บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและสังคม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยสามารถสร้างงานใหม่ เพิ่มรายได้ และกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน ผ่านการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่น เมืองที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ที่แตกต่าง (Richards, 2011) นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น รักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และเพิ่มความเข้มแข็งของสังคมโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (UNCTAD, 2018) อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน

ความหมายและหลักการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน

การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน หมายถึง กระบวนการจัดการเมืองและการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยไม่ทำลายศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไป (World Tourism Organization [UNWTO], 2004) หลักการสำคัญคือ การจัดการการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ (responsible tourism) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการสร้างคุณค่าเพิ่มที่ไม่ทำลายทรัพยากรและอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Bramwell & Lane, 2011)

มิติการพัฒนา 3 ด้าน: เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนครอบคลุมในหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน ดังนี้

1. มิติทางเศรษฐกิจ

การสร้างรายได้และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ไม่พึ่งพิงเฉพาะปริมาณนักท่องเที่ยว แต่เน้นคุณภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การบริการเชิงนวัตกรรม และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Sharpley, 2020)

2. มิติทางสังคมและวัฒนธรรม

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การอนุรักษ์อัตลักษณ์วัฒนธรรม และการสร้างความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาและวิถีชีวิต รวมทั้งการพัฒนาสังคมที่มีความเท่าเทียม และลดความเหลื่อมล้ำจากกิจกรรมการท่องเที่ยว (Timur & Getz, 2009)

3. มิติทางสิ่งแวดล้อม

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น มลพิษ การใช้พลังงาน และการจัดการของเสีย ตลอดจนการสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของเมืองและการท่องเที่ยวในระยะยาว (UNEP & UNWTO, 2005)

ตัวชี้วัดความยั่งยืนของเมืองท่องเที่ยว

การประเมินความยั่งยืนของเมืองท่องเที่ยวสามารถใช้ตัวชี้วัดในหลายด้าน เช่น

ด้านเศรษฐกิจ: รายได้จากการท่องเที่ยว อัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ระดับการกระจายรายได้

ด้านสังคมและวัฒนธรรม: ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่

ด้านสิ่งแวดล้อม: คุณภาพน้ำ อากาศ และดิน การจัดการของเสีย ความหลากหลายทางชีวภาพ และความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (carrying capacity) ของพื้นที่ (UNWTO, 2013; Torres-Delgado & López, 2014)

ความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน

การใช้ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างคุณค่าเพิ่ม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น งานหัตถกรรม อาหารพื้นเมือง ดนตรี และศิลปะการแสดง ซึ่งไม่เพียงสร้างรายได้แก่ชุมชน แต่ยังช่วยรักษาและถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2013) การนำวัฒนธรรมมาผสมผสานกับนวัตกรรมด้านการออกแบบและการตลาดสามารถเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวจากเชิงปริมาณไปสู่เชิงคุณภาพที่เน้นประสบการณ์ (Richards, 2014)

การสร้างอัตลักษณ์เมืองและแบรนด์เมืองท่องเที่ยว

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยผลักดันให้เมืองสามารถสร้าง “แบรนด์เมือง” (City Branding) โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ (Landry, 2000) เมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น เชียงใหม่ที่โดดเด่นด้านหัตถกรรมและวัฒนธรรมล้านนา หรือภูเก็ตที่ผสมผสานความเป็นเมืองชายฝั่งกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจีน-โปรตุเกส ได้รับการยอมรับว่าเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งทำให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น (Boisen et al., 2018)

การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับการบริการและประสบการณ์นักท่องเที่ยว

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอีกกลไกสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยว เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ การจองบริการ และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) มาสร้างประสบการณ์เสมือนจริงที่เสริมความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (Neuhofer et al., 2015) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวไม่เพียงตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ แต่ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการเดินทางจริงในบางกรณี

กรณีศึกษา: เมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO และเมืองท่องเที่ยวในไทย

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืน โดยการส่งเสริมเมืองที่มีอัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรม เช่น เมืองโบโลญญา (อิตาลี) ด้านดนตรี หรือบิลเบา (สเปน) ด้านศิลปะการออกแบบ (UNESCO, 2019)

สำหรับประเทศไทย เมืองเชียงใหม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) จาก UNESCO ในปี 2560 ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ในฐานะเมืองศิลปวัฒนธรรมระดับโลก (UNESCO, 2017) ขณะที่ภูเก็ตได้รับการประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร (Gastronomy) โดยใช้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเป็นจุดขายหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และหาดใหญ่ แม้ยังไม่ได้อยู่ในเครือข่าย UCCN แต่มีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นการผสมผสานการค้าขายแดนวัฒนธรรมไทย-มาเลย์ และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อวางรากฐานสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนในอนาคต (Jongwilakasem & Kaosa-ard, 2021)

ประเด็นท้าทายและโอกาส

ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการเมือง

แม้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีศักยภาพในการยกระดับเมืองท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่พบมากคือความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบคมนาคม การคมนาคมสาธารณะ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการจัดการเมืองที่ยังขาดประสิทธิภาพ (UN-Habitat, 2016) ในหลายเมือง การเติบโตของการท่องเที่ยวที่รวดเร็วเกินไปส่งผลให้เกิด “overtourism” หรือการท่องเที่ยวล้นเกิน ซึ่งกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Dodds & Butler, 2019)

ปัญหาสมดุระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม

เมืองท่องเที่ยวจำนวนมากเผชิญปัญหาการใช้ทรัพยากรเกินขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) เช่น ปัญหาขยะ น้ำเสีย และการทำลายระบบนิเวศชายฝั่งหรือภูเขา (Gössling & Hall, 2019) การสร้างสมดุลระหว่างการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวกับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นความท้าทายสำคัญ โดยเฉพาะเมืองที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็น

รายได้หลัก หากไม่มีการจัดการอย่างรอบด้าน อาจทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเสื่อมโทรมจนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว

โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจดิจิทัล

การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นโอกาสสำคัญของเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การใช้ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนา Smart Tourism ผ่าน Internet of Things (IoT) รวมถึงการใช้เทคโนโลยี AR/VR เพื่อเพิ่มประสบการณ์เชิงโต้ตอบ (Gretzel et al., 2015) นอกจากนี้ เศรษฐกิจดิจิทัลยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถเข้าถึงตลาดโลกได้ง่ายขึ้นผ่าน e-commerce และแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองท่องเที่ยว

บทบาทของภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการขับเคลื่อน

การขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนไม่สามารถพึ่งพาเพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือแบบ “พหุภาคี” (multi-stakeholder collaboration) ภาครัฐมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย มาตรการ และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Hall, 2011) ภาคเอกชนเป็นผู้ลงทุนและพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ ส่วนชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเป็นผู้สร้างประสบการณ์ที่แท้จริงให้นักท่องเที่ยว (Bramwell & Lane, 2011) หากทุกฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้ จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับเมืองท่องเที่ยวทั้งในมิติรายได้ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

สรุป

การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องอาศัยการสังเคราะห์แนวคิดที่หลากหลายโดยเฉพาะการบูรณาการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับการท่องเที่ยวซึ่งเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาเพิ่มคุณค่าให้กับเมืองและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ผู้มาเยือน เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญในการผลักดันเมืองท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน เพราะไม่เพียงแต่สร้างรายได้และงานให้แก่ชุมชน แต่ยังช่วยรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เสริมสร้างความภาคภูมิใจ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในเวทีโลก ทั้งยังสามารถเป็นเครื่องมือจัดการสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการ

รักษาสິงแวดล้อม มองไปข้างหน้า เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะก้าวสู่การเป็นพื้นที่แห่งนวัตกรรมและความร่วมมือโดยมีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ระดับโลกเป็นกลไกสำคัญ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเศรษฐกิจฐานความรู้จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการยกระดับคุณภาพชีวิตและประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมืองที่สามารถพัฒนาได้อย่างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจะกลายเป็นต้นแบบของเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีเอกลักษณ์เฉพาะในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Boisen, M., Terlouw, K., Groote, P., & Couwenberg, O. (2018). Reframing place promotion, place marketing, and place branding—moving beyond conceptual confusion. *Cities*, 80, 4–11.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlin: De Gruyter.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1637–1674.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 649–671.
- Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. London: Sage.

- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Jongwilaikasem, K., & Kaosa-ard, M. (2021). Creative tourism development in Hat Yai city: Potentials and challenges. *Journal of Tourism Management Studies*, 13(2), 45–59.
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in creative tourism. *Tourism Management Perspectives*, 14, 226–239.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
- Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 119–144.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932–1946.
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220–232.
- Torres-Delgado, A., & López, E. (2014). The capacity of tourism sustainability indicators to measure the sustainability of mass tourism destinations. *Ecological Indicators*, 44, 303–312.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010: Creative Economy – A Feasible Development Option*. Geneva: United Nations.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. Geneva: United Nations.

- UNEP & UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways*. New York: United Nations/UNDP/UNESCO.
- UNESCO. (2017). *Chiang Mai: Creative City of Crafts and Folk Art*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2019). *UNESCO Creative Cities Network Annual Report*. Paris: UNESCO.
- UN-Habitat. (2016). *World Cities Report 2016: Urbanization and Development – Emerging Futures*. Nairobi: United Nations Human Settlements Programme.
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.