

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ

นวัตกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INNOVATIVE MOBILE APPLICATION FOR SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM INDICATOR  
MODEL ASSESSMENT



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy in Technopreneurship and Innovation  
Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
โดย	น.ส.จิตรลดา ศุภชัยมงคล
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต รัตนธรรมสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร.ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์ รองศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมนุญ หนูจักร)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมใจ เพ็งปรีชา)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต รัตนธรรมสกุล)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร.ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.แก้วตา ม่วงเกษม)	

จิตรลดา ศุภชัยมงคล : นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัด  
การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. ( INNOVATIVE MOBILE APPLICATION  
FOR SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM INDICATOR MODEL ASSESSMENT) อ.  
ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.ชวลิต รัตนธรรมสกุล, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ศ. กิตติคุณ ดร.ศิริวรรณ  
ศิลาพัชรินทร์, รศ. ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง  
ยั่งยืน เป็นเครื่องมือที่นำแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการสร้าง  
คุณค่าของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม และ  
ประวัติศาสตร์ เป็นต้นทุนการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยที่ควรอนุรักษ์ไว้ไปพร้อมกับการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวไทยตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์  
ดังนี้คือ 1) ศึกษาองค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง  
ยั่งยืน 2) ศึกษากรอบนโยบายโครงสร้างองค์ประกอบ และตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 3) พัฒนาระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืน 4) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง  
ยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้  
การทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึก 13 กลุ่มตัวอย่าง ถอดเทปสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหาและจัด  
กลุ่มข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจาก 253 กลุ่มตัวอย่างแบบ  
เฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่าโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 8  
องค์ประกอบ 36 ตัวชี้วัด คำนวณน้ำหนักของทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับดี กล่าวคือ ด้านพื้นที่ 0.824 ด้าน  
กระบวนการ 0.843 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 0.810 ด้านการบริหารจัดการ 1.00 ด้านการ  
จัดการความรู้ 0.937 ด้านเศรษฐกิจ 0.881 ด้านสังคม 0.854 และด้านสิ่งแวดล้อม 0.753 จากนั้นจึง  
ออกแบบและพัฒนาเครื่องมือในรูปแบบของแอปพลิเคชันมือถือ นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 กลุ่ม พบว่า  
ความพร้อมและการยอมรับนวัตกรรมอยู่ในเกณฑ์ระดับพอใจมาก นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น  
แบบเรียลไทม์ ลดการใช้กระดาษ ลดการสูญหายของข้อมูล และการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ได้รับการตอบรับ  
จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ ลายมือชื่อนิสิต .....

นวัตกรรม

ปีการศึกษา 2561

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

# # 5787761320 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: INDICATOR, SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM, MOBILE APPLICATION

Chitralada Suphachaimongkol : INNOVATIVE MOBILE APPLICATION FOR SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM INDICATOR MODEL ASSESSMENT. Advisor: ASSOC. PROF. CHAVALIT RATANATAMSKUL, Ph.D. Co-advisor: Prof. Emeritus Siriwan Silapacharanan, Ph.D., Assoc. Prof. Patcha Utiswannakul, D.F.A.

Innovative mobile application for sustainable creative tourism indicator mobile assessment is the process development of the mobile application assessment tool for assessing the potential of sustainable creative tourism (SCT) to area-based sustainable goals. The purpose of this study were 1) to study the factors and indicators of SCT capacity evaluation to enhance sustainable competitive advantage; 2) to develop and validate the criteria of SCT capacity evaluation with empirical data; 3) to develop an innovative SCT capacity evaluation; and 4) to test the acceptance of innovative SCT capacity evaluation and commercialization. The methodology used mixed methods. A qualitative research: which literature reviews and using in-depth interviews of 13 experts currently active in the field in order to identify the criterion factor to assess capability. A quantitative research: SCT's dimensions and indicators were confirmed by utilizing confirmatory factor and cluster analysis. The measurement model fitness is accepted; location 0.824 process 0.843 creative activity 0.810 management 1.00 knowledge management 0.937 economy 0.881 society 0.854 and environment 0.753. Therefore, it is confirmed that 8 components and 36 indicators of SCT model able to use for SCT assessment tool. The results of the readiness of the innovation and technology acceptance of SCT mobile application assessment tool were at a high level. The exclusive licensing is applied to commercialized their innovation.

Field of Study: Technopreneurship and  
Innovation Management

Academic Year: 2018

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

Co-advisor's Signature .....

Co-advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

ดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยได้รับความเมตตากรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. ชวลิต รัตนธรรมสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร. ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์ และรองศาสตราจารย์ ดร. พัดชา (เสนาณรงค์) อุทิศวรรณกุล ซึ่งท่านได้ให้คำปรึกษา ตั้งแต่เริ่มต้นการวิจัยจนงานวิจัยสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สมใจ เพ็งปรีชา อาจารย์ ดร. ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ อาจารย์ ดร. กุลพิชญ์ โภโคยอุดม และอาจารย์ ดร. แก้วตา ม่วงเกษม ที่ให้ความกรุณาเสนอแนะแนวทางเพื่อให้ดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณอดีต รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นางกอบกาญจน์ สุริยस्थ्य ผู้อำนวยการบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นายทวีพงษ์ วิชัยดิษฐ ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาอันมีค่าให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์ และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการ วิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถามและแบบสำรวจการยอมรับ การใช้นวัตกรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมถึงผู้มีรายนามใน บรรณานุกรมท้ายเล่มทุกท่านที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อประกอบการทำดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาและทุนการวิจัย จากโครงการพัฒนานักวิจัยและงานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม ขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านในหลักสูตร ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง ที่เป็นทุกอย่างของผู้วิจัย คุณค่าและ คุณประโยชน์อันใดที่บังเกิดขึ้นจากงานวิจัยฉบับนี้ ขอมอบให้กับ บิดา มารดา พี่น้อง และญาติทุกคนใน ครอบครัว "ศุภชัยมงคล" รวมทั้งบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่เคยได้อบรมสั่งสอน ปลุกฝังคุณงามความดี ให้กับผู้วิจัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จิตรลดา ศุภชัยมงคล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญรูปภาพ .....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา .....	1
1.1.1 ปัญหาด้านปริมาณนักท่องเที่ยว .....	1
1.1.2 ปัญหาด้านรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว .....	3
1.1.3 ปัญหาด้านมรดกทางวัฒนธรรม.....	4
1.1.4 ปัญหาด้านการบันทึกข้อมูล การจัดเก็บเอกสาร และการใช้ปริมาณกระดาษ .....	5
1.1.5 ปัญหาด้านเครื่องมือประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว .....	6
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 ขอบเขตของการวิจัย .....	7
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	7
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	8
1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา .....	8
1.4 ระเบียบวิธีการวิจัย .....	9
1.5 แผนการดำเนินงานวิจัย.....	12

1.6	คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	13
1.7	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม .....	13
1.7.1	ด้านวิชาการ.....	13
1.7.1.1	โมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Indicator Model).....	13
1.7.1.2	แอปพลิเคชันมือถือนำร่องประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Product Innovation of Sustainable Creative Tourism Mobile Application Assessment Tool) .....	14
1.7.1.3	นวัตกรรมกระบวนการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Process Innovation of Sustainable Creative Tourism) .....	14
1.7.2	ด้านการนำไปปฏิบัติ.....	14
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	16
2.1	การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Sustainable Tourism (ST).....	16
2.1.1	ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....	16
2.1.2	แนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....	17
2.2	การท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Base Tourism (CBT) .....	21
2.2.1	ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน .....	21
2.2.2	หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชน .....	22
2.2.3	แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	23
2.2.4	แนวคิดชุมชนเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยว Community Benefitting Through Tourism (CBTT) .....	23
2.3	การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ Creative Tourism (CT) .....	24
2.3.1	ที่มาของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	24
2.3.1.1	กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ .....	25



2.3.1.2	ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ .....	26
2.3.1.3	การเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว .....	29
2.3.2	ความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ .....	30
2.3.3	แนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ .....	32
2.3.4	คุณลักษณะการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ .....	35
2.3.5	การพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ .....	41
2.3.6	กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า The Commodification of Culture... ..	42
2.3.7	การท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ .....	44
2.3.8	การพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการเก็บเกี่ยวประโยชน์ จากการท่องเที่ยว 3 C Model (CT+CBT+CBTT).....	45
2.4	ตัวชี้วัด .....	47
2.4.1	ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....	47
2.4.1.1	เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC).....	50
2.4.2	ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	66
2.5	การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมิน .....	75
2.5.1	ขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม.....	75
2.5.2	การประเมินความพึงพอใจการใช้ระบบสารสนเทศ.....	81
2.6	สรุปการทบทวนวรรณกรรม.....	82
2.7	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	86
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการวิจัย .....	95
3.1	ตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน.....	97
3.1.1	ระเบียบวิธีการวิจัย .....	97

3.1.2	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	97
3.1.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	100
3.1.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	100
3.2	ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบยืนยัน โครงสร้างองค์ประกอบ และตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพ การ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	102
3.2.1	ระเบียบวิธีการวิจัย.....	102
3.2.2	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	102
3.2.3	การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา.....	102
3.2.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	105
3.2.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	106
3.3	ตอนที่ 3 พัฒนาระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน.....	107
3.3.1	ระเบียบวิธีการวิจัย.....	107
3.3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107
3.4	ตอนที่ 4 ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์.....	108
3.4.1	ระเบียบวิธีการวิจัย.....	108
3.4.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	108
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	109
4.1	ผลการสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	110
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาองค์ประกอบและ ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	114
4.2.1	องค์ประกอบหลักที่ 1 องค์ประกอบด้านพื้นที่.....	114
4.2.2	องค์ประกอบหลักที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ.....	117

4.2.3 องค์ประกอบหลักที่ 3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	120
4.2.4 องค์ประกอบหลักที่ 4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ .....	123
4.2.5 องค์ประกอบหลักที่ 5 องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ .....	128
4.2.6 องค์ประกอบหลักที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ .....	131
4.2.7 องค์ประกอบหลักที่ 7 องค์ประกอบด้านสังคม.....	133
4.2.8 องค์ประกอบหลักที่ 8 องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม.....	136
4.3 ผลการคัดเลือกตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	138
4.3.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) จาก Index of Item – Objective Congruence: IOC .....	138
4.3.2 การหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) จาก Cronbach’s Alpha Coefficient.....	148
4.4 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ .....	149
4.4.1 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ .....	149
4.4.2 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้.....	150
4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและการประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	151
4.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	151
4.5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	154
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงยืนยันองค์ประกอบ.....	155
4.6.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis) .....	155
4.6.2 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงคู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (1 <sup>st</sup> Convergent Validity) .....	158
4.6.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (Second Order Confirmatory Factor Analysis).....	164

4.6.4 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงคู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (2 <sup>nd</sup> Convergent Validity) .....	166
4.7 ข้อเสนอแนะอื่นจากการสำรวจการพัฒนาตัวชี้วัดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	167
4.8 สรุปคุณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	169
4.9 ผลการสร้างกรอบแนวคิดทฤษฎีในการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (SCT Indicator Theoretical Framework) .....	177
4.10 โมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Indicator Model).....	181
บทที่ 5 การออกแบบพัฒนาระบบนวัตกรรมและการศึกษารยอมรับจากผู้ใช้.....	188
5.1 ระบุความต้องการเบื้องต้นของผู้ใช้.....	189
5.1.1 กลุ่มผู้ใช้หลักของระบบ .....	189
5.1.2 รูปแบบของนวัตกรรม .....	190
5.2 การออกแบบระบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	191
5.2.1 การกำหนดกลุ่มผู้ใช้.....	191
5.2.2 กระบวนการทำงานของระบบนวัตกรรม.....	192
5.2.3 เนื้อหาของข้อมูลในระบบ .....	192
5.2.4 การออกแบบหน้าจการทำงานในระบบ.....	197
5.3 การพัฒนาต้นแบบระบบนวัตกรรมผ่านแอปพลิเคชันมือถือ .....	198
5.4 การประเมินการยอมรับการใช้งานนวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม.....	201
5.4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	202
5.4.2 ความคิดเห็นต่อการทำงานระบบ Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application .....	203
5.4.3 ความคิดเห็นต่อประโยชน์ของระบบนวัตกรรมและการยอมรับนวัตกรรม .....	206
บทที่ 6 การนำไปใช้งานเชิงพาณิชย์.....	211

6.1 ผลการทดสอบการนำไปใช้เชิงพาณิชย์.....	211
6.1.1 ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าเป้าหมาย.....	211
6.1.2 วิเคราะห์แนวทางการนำไปใช้เชิงพาณิชย์.....	212
6.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง.....	214
6.2.1 ภาวะตลาดและอุตสาหกรรม.....	214
6.2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันตามหลัก Porter’s Force.....	215
6.2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของธุรกิจ โดยใช้ SWOT Analysis.....	218
6.3 แผนการบริหารจัดการ.....	219
6.3.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร.....	220
6.3.2 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	220
6.3.3 กฎแห่งความสำเร็จในธุรกิจ.....	221
6.3.4 โครงสร้างองค์กร.....	222
6.3.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน.....	222
6.3.6 แผนงานด้านบุคลากร.....	223
6.3.7 การจัดการทรัพยากรสิ้นทางปัญญา.....	223
6.4 แผนทางการตลาด.....	224
6.4.1 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	224
6.4.2 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	224
6.5 แผนทางการเงิน.....	226
บทที่ 7 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ.....	229
7.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาคุณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	229
7.1.1 องค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	230

7.2 สรุปและอภิปรายผลการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน.....	236
7.3 การพัฒนานวัตกรรมการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและการทดสอบการยอมรับ นวัตกรรม.....	238
7.4 ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการวิจัย.....	240
7.5 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์และการทำวิจัยครั้งต่อไป	242
7.5.1 การนำผลการวิจัยและนวัตกรรมต้นแบบไปใช้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ.....	242
7.5.2 การนำผลการวิจัยและนวัตกรรมต้นแบบไปใช้สำหรับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	242
7.5.3 การนำผลการวิจัยไปต่อยอดสำหรับงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม.....	242
บรรณานุกรม.....	244
ภาคผนวก.....	249
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	250
ภาคผนวก ข ข้อมูลการถอดเทปสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาโดยโปรแกรม ATLAS.....	262
ภาคผนวก ค รายละเอียดกลุ่มประชากร แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จำแนกตามภูมิภาค .....	298
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม.....	300
ภาคผนวก จ คู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบ ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	314
ภาคผนวก ฉ แบบสำรวจการยอมรับการใช้งานนวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม Mobile Application.....	344
ภาคผนวก ช แบบสอบถามการยืนยันตัวชี้วัดและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และแบบสำรวจความคิดเห็นด้านราคาของนวัตกรรม Mobile Application.....	361
ประวัติผู้เขียน.....	365

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงปริมาณนักท่องเที่ยว 2559 - 2561.....	2
ตารางที่ 2 แผนการดำเนินการวิจัย.....	12
ตารางที่ 3 แสดงแก่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Essences of creative tourism).....	33
ตารางที่ 4 รูปแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	37
ตารางที่ 5 ลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	38
ตารางที่ 6 หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	44
ตารางที่ 7 หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC).....	51
ตารางที่ 8 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	70
ตารางที่ 9 องค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	73
ตารางที่ 10 องค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์.....	74
ตารางที่ 11 สรุปองค์ประกอบและปัจจัยบ่งชี้ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	83
ตารางที่ 12 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	95
ตารางที่ 13 ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก.....	98
ตารางที่ 14 แสดงผลการพิจารณาค่า IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิ.....	140
ตารางที่ 15 การวัดความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกลุ่มตัวอย่างทดลอง.....	149
ตารางที่ 16 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย.....	150
ตารางที่ 17 แมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	151
ตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	152
ตารางที่ 19 แสดงแหล่งที่ตั้งของผู้ให้ข้อมูล.....	154

ตารางที่ 20 แสดงประเภทธุรกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	154
ตารางที่ 21 แสดงดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 .....	157
ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงคู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 .....	159
ตารางที่ 23 แสดงดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2.....	165
ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงคู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2.....	166
ตารางที่ 25 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	168
ตารางที่ 26 สรุปผลการสร้างตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	169
ตารางที่ 27 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในระบบ.....	193
ตารางที่ 28 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	202
ตารางที่ 29 ความคิดเห็นต่อการทำงานของระบบ .....	204
ตารางที่ 30 ความคิดเห็นต่อประโยชน์และการยอมรับนวัตกรรม .....	206
ตารางที่ 31 ความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ .....	212
ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของรูปแบบการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ในมุมมอง ผู้วิจัย.....	213
ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของรูปแบบการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในมุมมอง ของกลุ่มเป้าหมาย.....	214
ตารางที่ 34 วิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน .....	227



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ระเบียบวิธีวิจัย .....	9
ภาพที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน .....	19
ภาพที่ 3 รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....	20
ภาพที่ 4 การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นนามธรรม .....	33
ภาพที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติการผลิตและการบริโภค .....	35
ภาพที่ 6 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	37
ภาพที่ 7 แผนผังรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	39
ภาพที่ 8 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ อพท. ....	40
ภาพที่ 9 คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	40
ภาพที่ 10 A Model of “Creative Experience” .....	41
ภาพที่ 11 Commodification of Cultural Heritage for tourism .....	43
ภาพที่ 12 พลวัตความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	45
ภาพที่ 13 ความเชื่อมโยงของแนวคิด DASTA 3 C MODEL .....	46
ภาพที่ 14 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....	48
ภาพที่ 15 วงจรการออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศแบบ Waterfall Model .....	78
ภาพที่ 16 สรุปรูปการทบทวนวรรณกรรม .....	82
ภาพที่ 17 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	87
ภาพที่ 18 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก .....	99
ภาพที่ 19 ที่มาของคุณลักษณะและตัวชี้วัดเบื้องต้นของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน .....	101
ภาพที่ 20 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา .....	103

ภาพที่ 21 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 13 กิจกรรม .....	105
ภาพที่ 22 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่นำเสนอโดย อพท.....	105
ภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis).....	156
ภาพที่ 24 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (Second Order Confirmatory Factor Analysis) .....	164
ภาพที่ 25 โมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (ผู้วิจัย).....	181
ภาพที่ 26 กระบวนการออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรม การประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	189
ภาพที่ 27 Context diagram ของระบบนวัตกรรม .....	191
ภาพที่ 28 Use case diagram ของระบบนวัตกรรม .....	192
ภาพที่ 29 ตัวอย่าง User Interface design.....	198
ภาพที่ 30 การติดตั้ง Application และหน้าจอระบบ .....	198
ภาพที่ 31 ผู้ใช้และการสมัครสมาชิกและเลือกแหล่งประเมิน .....	199
ภาพที่ 32 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและรายงานผลการประเมิน .....	200
ภาพที่ 33 ตรวจสอบผลการประเมินชุมชนและเปรียบเทียบกับชุมชนอื่น .....	200
ภาพที่ 34 แสดงข้อมูลและสถานที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของสมาชิก .....	201
ภาพที่ 35 โครงสร้างองค์กร.....	222
ภาพที่ 36 สรุปโมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน.....	230

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่นำรายได้มาสู่แหล่งท่องเที่ยวและประเทศ มีผลโดยตรงต่อธุรกิจท่องเที่ยว และมีผลทางอ้อมต่อทุกธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว แต่ที่ผ่านมาประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่เพียงในแง่เศรษฐกิจ ทำให้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างมาก รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของประเทศไทย 1.972 ล้านล้านบาท ในปีพ.ศ. 2561 (Tourism Authority of Thailand, 2018) แต่กลับไม่มีความพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นวาระที่สำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ World Tourism Organization หรือ UNWTO (UNWTO, 2005) อีกทั้งประเทศไทยยังไม่มีเครื่องมือที่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยประเมินแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การพัฒนานวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเทคโนโลยีและแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งคือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบในการสร้างคุณค่า (Value Creation) ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นต้นทุนการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย (ขาวสะอาด, 2561) ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council: GSTC)

จากการศึกษาแนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการพัฒนานวัตกรรมตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนั้นยังไม่มี อีกทั้งตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีนั้นก็ยังไม่ชัดเจน และผู้วิจัยพบว่ามีปัญหาหลายประการที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### 1.1.1 ปัญหาด้านปริมาณนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจและทางด้านสังคม ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตรา และส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น เนื่องจากมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างงาน จ้างงานเกิดขึ้นในหลากหลายอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว และในมิติทางด้านสังคมก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสาธารณสุข โภค สิ่งอำนวยความสะดวก

ความแตกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นช่วยให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยให้ชุมชนหรือท้องถิ่นสามารถฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังช่วยให้สามารถนำประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว มาปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้ดีขึ้นได้อีกด้วย ประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ มีโอกาสทำกำไรในการท่องเที่ยวอย่างมากมาย โดยพบว่าในปี 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 1.972 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.08 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 37.19 ล้านคน (ดังแสดงในตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณนักท่องเที่ยว 2559 - 2561

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2559 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2560 <sup>P</sup> (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2561 <sup>P</sup> (ล้านคน)	อัตราการ เติบโต ปี 2561 (ร้อยละ)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว ปี 2561 <sup>P</sup> (ล้านบาท)
1	9.04	9.19	10.61	15.45	573,312
2	7.55	8.13	8.87	9.10	442,581
3	8.23	8.78	8.90	1.37	480,912
4	7.77	9.29	8.81	-5.17	476,049
รวม	32.59	35.39	37.19	5.08	1,972,854

ที่มา: (Tourism Authority of Thailand, 2018)

อย่างไรก็ตามจากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่าประเทศไทยมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านราคาทำให้เกิดความอ่อนด้อยของประสิทธิภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม ทำให้เป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในที่สุด (ภุริวัจน์ เตชอุ่ม, 2556) ดังนั้นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิตที่ยาวนาน มีความโดดเด่นทางด้านเอกลักษณ์จนเป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Taylor, 1988)

### 1.1.2 ปัญหาด้านรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคสมัยแรกๆ ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเช่นการท่องเที่ยวป่า ภูเขา ชายทะเล และการแสวงหาความเพลิดเพลินเป็นหลัก ได้เปลี่ยนไปสู่ยุคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจด้านวัฒนธรรมและชื่นชมพิพิธภัณฑสถานของท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน และปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์จากการมีกิจกรรม การมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้วิถีชีวิต ชิมซบความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรมและความเป็นอยู่ และผู้คนเจ้าของพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้น ๆ และส่งต่อประสบการณ์หรือความรู้สึกนั้นและสามารถสร้างสรรค์พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและสื่อสารการท่องเที่ยวออกไปอย่างต่อเนื่อง

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มุ่งเน้นเรื่องราวการเข้าถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิต โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ และมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของสถานที่หรือชุมชนนั้น ซึ่งจากการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 25-27 ตุลาคม พ.ศ.2549 ที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา ได้มีการกำหนดนิยามของ “Creative Tourism” หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริง และมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนอาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา” (Creative tourism is travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป และมีความจำเป็นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องมีการเตรียมความพร้อมของในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนามาตรฐานหรือรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 1.1.3 ปัญหาด้านมรดกทางวัฒนธรรม

กระแสของการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว เข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวจดจำ ประทับใจ และท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว เป็นผลจากการผลักดันขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization หรือ UNESCO) ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีเมืองเก่า 3 แห่ง (พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง & วิทิตานนท์., 2561) คือเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว 1995 เมืองปีนัง และเมืองมะละกา ประเทศมาเลเซีย 2008 ประเทศไทยได้พยายามผลักดันให้เมืองเชียงใหม่ และเมืองน่านผนวกเข้าไปเป็นมรดกโลกด้วย

นอกจากนี้ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553a) นำเสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำความรู้จักกับตัวเองมากขึ้นจากการได้เห็นสิ่งแปลกใหม่รอบตัว ซึ่งการท่องเที่ยวแบบทั่วไป ไม่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เห็นแบบดังกล่าวมากนัก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบเร่งรีบที่ให้นักท่องเที่ยวไม่มีเวลามากพอที่จะซึมซับหรือเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของสถานที่ ที่ได้ไปเยือน อย่างไรก็ตามสิ่งที่ท้าทายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการสร้างมูลค่าและคุณค่ากับศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีในท้องถิ่น และสามารถทำให้ผู้มาเยือนได้ตระหนักถึงมูลค่านั้น ๆ ว่ามีความแตกต่างจากสินค้าและบริการทั่วไปอย่างไร นอกจากนี้ความท้าทายทางด้านการสร้างความรู้ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งประกอบจากหลากหลายปัจจัย (รุ่งพิพัฒน์พงศ์, 2558) เช่น การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้ประกอบการ การส่งต่อองค์ความรู้ การถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจที่มีต่อภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้แก่ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกระตุ้นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้และให้ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปะ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต และทำให้นักท่องเที่ยวประสงค์จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในราคาที่แพงขึ้น (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553a) การเพิ่มการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ ในพื้นที่

ทำให้การพัฒนาปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเดียวกันนั้นประสบปัญหาในด้านการปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ถูกกลืนหายไปในพื้นที่ท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ (อรอุมา เตพละกุล, ชีระ สิ้นเดชารักษ์, ลลิตา พุ่งกระโทก, & นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2561)

#### 1.1.4 ปัญหาด้านการบันทึกข้อมูล การจัดเก็บเอกสาร และการใช้ปริมาณกระดาษ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว ได้มีการใช้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ที่จัดทำโดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2556-2558 มีจำนวน 56 มาตรฐาน และมีสถานประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยรวม 4,329 แห่งทั่วประเทศ โดยการประเมินจะประกอบไปด้วยการดำเนินงาน 4 ขั้นตอนดังนี้ 1) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวกรอกข้อมูลที่เว็บไซต์ [www.thaits.org](http://www.thaits.org) เพื่อขอรับการตรวจประเมิน 2) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยื่นเอกสารประกอบการขอรับการตรวจประเมิน 3) หน่วยตรวจสอบจะนัดหมายเพื่อเข้าไปดำเนินการตรวจประเมินสถานประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ประเมินจะบันทึกข้อมูลและจัดเก็บเอกสารการประเมินด้วยกระดาษ หากพบข้อบกพร่องจากขั้นตอนการตรวจประเมิน หน่วยตรวจสอบจะแจ้งแก่สถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ดำเนินการแก้ไขต่อไป 4) หน่วยตรวจสอบจะประเมินและรายงานผลการตรวจสอบ และออกใบรับรองการผ่านเกณฑ์การประเมิน พร้อมทั้งแจ้งผลการประเมินไปยังกรมการท่องเที่ยว เพื่อให้กรมการท่องเที่ยวออกใบรับรองและมอบเครื่องหมายการท่องเที่ยวไทย ให้สถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการตรวจประเมิน โดยเครื่องหมายการท่องเที่ยวไทยจะแสดงถึงมาตรฐานของสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวว่ามีคุณภาพตรงกับลักษณะและประเภทที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย (Tourists, 2556)

จากข้อสาม พบว่าในแต่ละปีจะต้องใช้กระดาษเพื่อประเมินสถานประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก อีกทั้งการใช้กระดาษในการบันทึกข้อมูลมีโอกาสผิดพลาดเนื่องจากขีดฆ่าหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล และมีโอกาสชำรุดหรือสูญหายระหว่างการจัดเก็บเอกสาร การพัฒนาเทคโนโลยี หรือ Mobile Application นอกจากช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ Go Green Through Paperless (Tiwari, Diwan, & Sahu, 2016) ยังลดโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล หรือข้อมูลที่มีโอกาสสูญหาย (วารีสอาด;, เจริญภักดิ์ทาร์กษ์;, & แยมแสงสังข์, 2018)

### 1.1.5 ปัญหาด้านเครื่องมือประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจุบันองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้นำเกณฑ์การประเมินการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก Global Sustainable Tourism Council: GSTC (Council, 2013) มาใช้เป็นแผนขับเคลื่อนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565) สอดรับกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตาม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2562) ประกอบไปด้วย

1. การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเกณฑ์ GSTC
2. การจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (Co-Creation)
3. การจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-Based Approach)
4. การจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

จากปัญหาทั้งห้าข้อ 1) ปัญหาปริมาณนักท่องเที่ยว 2) ปัญหาด้านรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3) ปัญหาด้านมรดกวัฒนธรรม 4) ปัญหาด้านการบันทึกข้อมูล การจัดเก็บเอกสาร และการใช้ปริมาณกระดาษ 5) ปัญหาด้านเครื่องมือประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

พบว่าแนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นได้มีระยะหนึ่งแล้ว แต่กลับพบว่ายังไม่สามารถขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมหรือสร้างความยั่งยืนได้เท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาด้านปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องมีการประเมินแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ และปัญหาด้านรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป หันมาเน้นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งทำให้ประเทศไทยที่มีลักษณะเป็นประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมนั้นต้องได้รับการประเมินอย่างทันที แบบเรียลไทม์ เพื่อให้ข้อมูลเป็นข้อมูลที่อัปเดต มีค่าข้อมูลตรงกับค่าความจริงในปัจจุบัน เนื่องจากมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สุดของการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) ที่กำลังจะหายไปจากแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่นำ “นวัตกรรมแห่งคุณค่า” (ไพบรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา) นวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันมือถือมาสร้างคุณค่าใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยว ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หน่วยงานรัฐบาล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในทางตรงและทางอ้อมในประเทศไทยที่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ประกอบกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการ



ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเทศไทยยังมีอยู่จำกัด (ภุริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) ผู้วิจัยจึงต้องออกแบบพัฒนานวัตกรรมที่สามารถช่วยในการประเมินการท่องเที่ยวที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว ช่วยลดปัญหาด้านการบันทึกข้อมูล การจัดเก็บเอกสาร และยังช่วยลดการใช้ปริมาณกระดาษ

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังไม่มีตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในโลก ตลอดจนยังไม่มีเครื่องมือหรือระบบนวัตกรรมเช่นระบบ Mobile Application หรือ Computer Based ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้เป็นแนวทางในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาองค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
2. ศึกษารูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบ และตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
3. พัฒนาระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
4. ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เนื้อหาการวิจัยเป็นการศึกษาคุณลักษณะและตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อมาพัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินและตรวจสอบคุณภาพด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อให้ได้เกณฑ์การประเมินที่มีคุณภาพ และนำเกณฑ์ประเมินนั้นมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมตัวชี้วัดศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในรูปแบบแอปพลิเคชันมือถือ พัฒนาคู่มือการใช้งาน และทดสอบการยอมรับนวัตกรรมและพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

### 1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกผู้ประกอบการที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างไปยัง 6 ภูมิภาคในประเทศไทย ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 1) กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 ตัวอย่าง 2) ภาคกลาง จำนวน 50 ตัวอย่าง 3) ภาคเหนือ จำนวน 50 ตัวอย่าง 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 50 ตัวอย่าง 5) ภาคตะวันออก จำนวน 50 ตัวอย่าง และ 6) ภาคใต้ จำนวน 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 300 กลุ่มตัวอย่าง (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

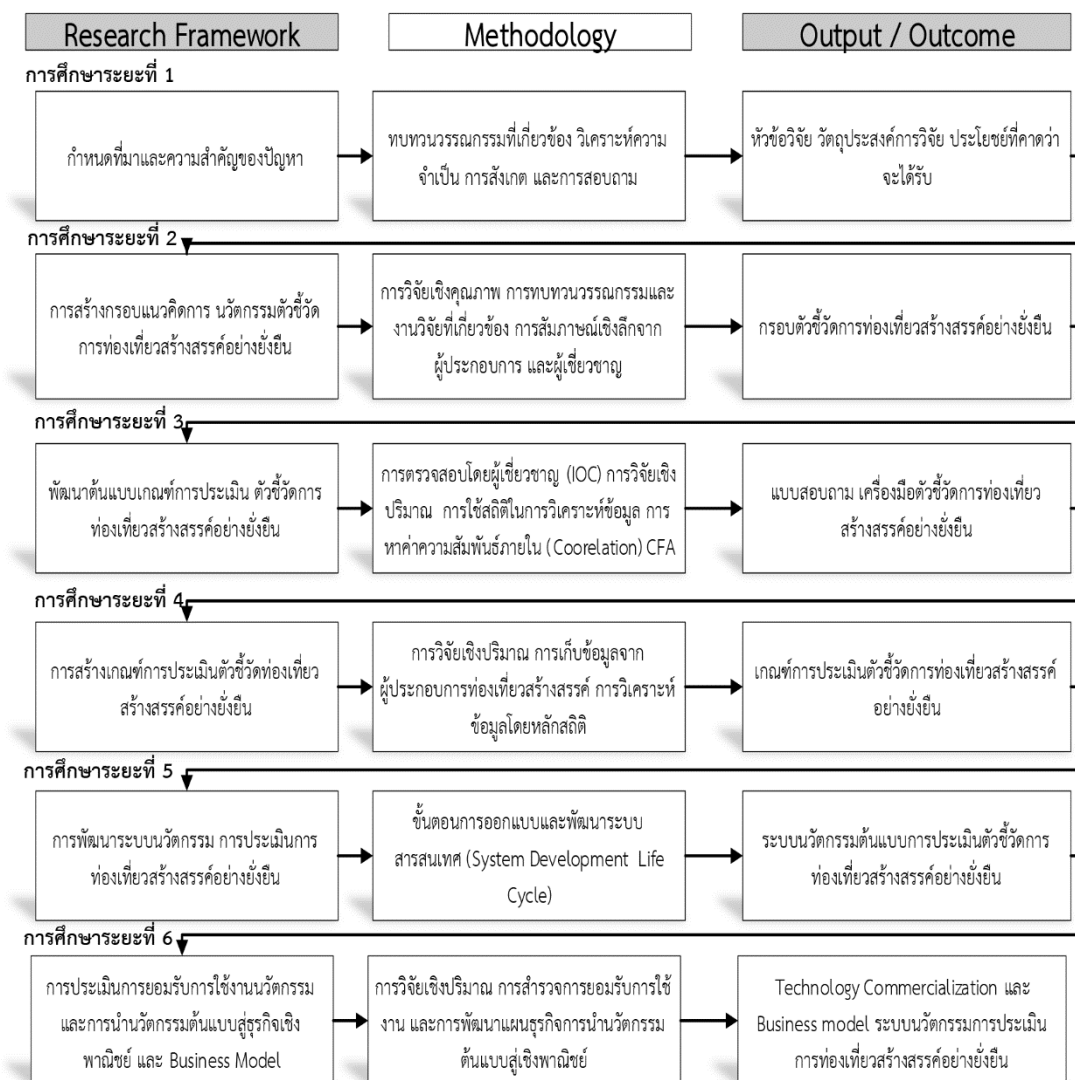
กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะคัดเลือกลักษณะกลุ่มตัวอย่าง 50 ตัวอย่าง ในแต่ละภูมิภาคนั้น ผู้วิจัยจะใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างจะต้องที่มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้คัดเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือมีกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งในปัจจุบัน อพท. มีการสรุปกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 13 กิจกรรม ในพื้นที่พิเศษทั้ง 6 พื้นที่ จาก 9 พื้นที่ดำเนินงานของ อพท. (รุ่งพิพัฒน์พงศ์, 2558)

### 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้จะใช้เวลาในการดำเนินงาน 15 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2561 - เดือนพฤษภาคม 2562

## 1.4 ระเบียบวิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีการในการวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 6 ระยะดังนี้



ภาพที่ 1 ระเบียบวิธีวิจัย

ระยะที่ 1 การกำหนดที่มาของงานวิจัย และความสำคัญของการสร้างตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและแนวทางการทำการวิจัยตลอดจนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

ระยะที่ 2 การสร้างกรอบแนวคิดองค์ประกอบตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ

การสัมภาษณ์จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีประสบการณ์  
 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญระดับสูงที่ขับเคลื่อนนโยบาย และดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว  
 สร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญระดับสูงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการสัมภาษณ์จำนวน  
 13 ท่าน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผู้บริหาร  
 หน่วยงานภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ  
 ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และ  
 ไม่จำกัดคำตอบ (Non directive open-ended semi structure review) เป็นลักษณะคำถาม  
 ปลายเปิดสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญระดับสูง และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการ  
 วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยโปรแกรมสำเร็จรูป

ระยะที่ 3 การพัฒนาต้นแบบตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว  
 สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การคัดเลือกประเมินตัวชี้วัดศักยภาพ  
 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือ และ  
 ข้อคำถามในการวิจัย โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi techniques) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
 ในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามมาตราส่วนแบบประเมินค่า 5 อันดับ และข้อคำถามปลายเปิดเพื่อใช้  
 สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบ และตัวชี้วัดการ  
 ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทย ความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูล และ  
 ความสำคัญของตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยในขั้นตอนนี้  
 เป็นการวิเคราะห์หาค่าฉันทามติเพื่อการคัดสรรตัวชี้วัดด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่ามัธยฐาน ส่วน  
 เบี่ยงเบนควอดรตล์ ค่าสมบรูณ์ระหว่างฐานนิยม มัธยฐาน และการกำหนดตัวชี้วัด และระดับความ  
 เหมาะสมของเกณฑ์ประสิทธิภาพด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง  
 ของเนื้อหา และการหาค่าความเชื่อมั่น (Validity) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก  
 (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการทดสอบหาความเชื่อมั่น เป็นต้น

ระยะที่ 4 การตรวจสอบเกณฑ์การประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยใช้  
 รูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัด โดยในขั้นตอนนี้เป็นลักษณะของการวิเคราะห์ข้อมูล  
 เชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จากทั่วประเทศ  
 ประมาณ 300 กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ค่าทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์  
 ข้อมูลการตรวจสอบรูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดด้วยสถิติการวิเคราะห์  
 องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : FCA) โดยใช้โปรแกรม AMOS

โดยพิจารณาความเหมาะสมของข้อมูลว่าตัวชี้วัดเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficients) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.3 และตรวจสอบความสอดคล้องหรือกลมกลืนของรูปแบบสมการโครงสร้างจากค่าสถิติของความสอดคล้องระหว่างรูปแบบและข้อมูลเชิงประจักษ์ และคัดสรรตัวชี้วัดจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2 อันดับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการยืนยันองค์ประกอบและตัวชี้วัดที่กำหนด

ระยะที่ 5 การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ (System development life cycle) ซึ่งเป็นการออกแบบและพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผ่านระบบ Mobile Application

ระยะที่ 6 การประเมินการยอมรับการใช้งานระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจากกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างจำนวน 20 ตัวอย่าง โดยในการประเมินนี้เป็นการประเมินเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบนวัตกรรมการประเมิน ตลอดจนศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการนำนวัตกรรมการประเมินสู่เชิงพาณิชย์ โดยในระยะนี้ใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าความถี่ และเมื่อได้ทำการศึกษาแนวทางการนำต้นแบบนวัตกรรมสู่ธุรกิจเชิงพาณิชย์แล้ว จึงนำข้อมูลมาจัดทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด การวิเคราะห์งบประมาณและการเงิน การวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของธุรกิจ และการจัดทำ Business model

### 1.5 แผนการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบแผนการดำเนินงานวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แผนการดำเนินการวิจัย

ลำดับที่	กิจกรรม	ช่วงระยะเวลา
1	ศึกษาปัญหาและกำหนดปัญหาที่ใช้การวิจัย	มีนาคม 2561
2	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย	มีนาคม – เมษายน 2561
3	เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและทำการวิเคราะห์ Content Analysis	พฤษภาคม 2561
4	สร้างตัวชี้วัดแต่ละปัจจัยและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือตัวชี้วัด	มิถุนายน 2561
5	จัดทำแบบสอบถามเครื่องมือตัวชี้วัด ทดสอบการใช้งานกลุ่มตัวอย่างและวิเคราะห์ค่าสถิติเพื่อหาความเชื่อมั่น	กรกฎาคม 2561
6	เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ	สิงหาคม – ตุลาคม 2561
7	ออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	พฤศจิกายน – ธันวาคม 2561
8	นำระบบต้นแบบนวัตกรรมไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี	มกราคม 2562
9	ออกแบบและจัดทำแผนการนำนวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์	กุมภาพันธ์ 2562
10	อภิปรายผล สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	มีนาคม 2562
11	สรุปผลรายงานการศึกษาและการพัฒนานวัตกรรม	เมษายน 2562
12	สอบวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์	พฤษภาคม 2562

## 1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

“นวัตกรรม” (Innovation) หมายถึง การพัฒนา หรือสร้างขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็ผลิภัณฑ์หรือกระบวนการ ซึ่งนวัตกรรมนั้นจะต้องแพร่กระจายสู่สังคม และสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์แก่เชิงพาณิชย์ หรือเชิงช่วยเหลือสังคมได้

“การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” (Sustainable Tourism: ST) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านสังคม เศรษฐกิจ สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคมของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

“การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” (Creative Tourism: CT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่พัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ มีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

“ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์” หมายถึง ผู้ประกอบการ ผู้ที่ทำธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็การจำหน่ายสินค้า หรือให้บริการ หรือทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

### 1.7.1 ด้านวิชาการ

#### 1.7.1.1 โมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Indicator Model)

งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่หาความจริงจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บข้อมูล และใช้สถิติในการวิเคราะห์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ นำมาซึ่งโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 1.7.1.2 แอปพลิเคชันมือถือเครื่องมือประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Product Innovation of Sustainable Creative Tourism Mobile Application Assessment Tool)

งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้นำโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) มาเป็นแอปพลิเคชันมือถือระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนขึ้นเป็นครั้งแรกในโลก

### 1.7.1.3 นวัตกรรมกระบวนการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Process Innovation of Sustainable Creative Tourism)

งานวิจัยนี้สามารถประยุกต์แนวคิดวิธีการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยลดการใช้คู่มือกระดาษ เพิ่มความเที่ยงตรง ข้อมูลอัปเดตทันเวลา เป็นต้นแบบของกระบวนการการทำงานแบบใหม่ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้วยแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทยสืบไป

## 1.7.2 .ด้านการนำไปปฏิบัติ

งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถช่วยแก้ปัญหาด้านเครื่องมือประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ดังนี้

- ไม่มี ตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- ไม่มี เครื่องมือหรือระบบนวัตกรรมที่ช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้เป็นแนวทางในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการ  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถนำแอปพลิเคชันมือถือไปให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หน่วยงานภาครัฐที่  
เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่ต้องการประเมิน  
ศักยภาพการดำเนินงานของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ตลอดจนเป็นแนวทางในการปรับปรุง  
พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้

งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการ  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสามารถช่วยลดการใช้ปริมาณกระดาษ แก้ไขปัญหาเรื่องการ  
จัดเก็บเอกสาร การสืบค้นข้อมูล การประมวลผลข้อมูลแบบทันที ซึ่งระบบประเมินนี้จะช่วย  
ให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สามารถทราบจุดแข็ง  
จุดอ่อนที่ควรพัฒนาปรับปรุง สามารถขับเคลื่อนศักยภาพการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเทศไทยต่อไป

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เช่น ความสำคัญของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน การออกแบบและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ และการนำระบบประเมินศักยภาพไปสู่รูปแบบธุรกิจเชิงพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์
- 2.4 ตัวชี้วัด
- 2.5 การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมและการประเมิน

#### 2.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Sustainable Tourism (ST)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยและสามารถใช้ประโยชน์จากปัจจัยดังกล่าวได้ตลอดไป โดยได้มีผู้ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลากหลาย

##### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ได้มีผู้ให้นิยาม ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลากหลาย เช่น United Nation World Tourism Organization (UNWTO, 2005) นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง “การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต” (*Tourism that takes full*

*account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.)*

จากการประชุม Tourism Stream Action Committee of the Globe 90 Conference on Sustainable Development ณ ประเทศแคนาดา อ้างอิงใน (Khuntia & Mishra, 2014) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษา โอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้ มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศน์ด้วย”

Manning and Dougherty (Manning & Dougherty, 1995) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า “การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบที่คงไว้ซึ่งความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการดำรงรักษาไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้าสินค้าและบริการทางเศรษฐกิจในสังคม” (*The utilization of natural resources in such a way which will maintain the balance between economic development and environmental quality and keep on generating the economic goods and services in society.*)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็ก ที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยืนยาว”

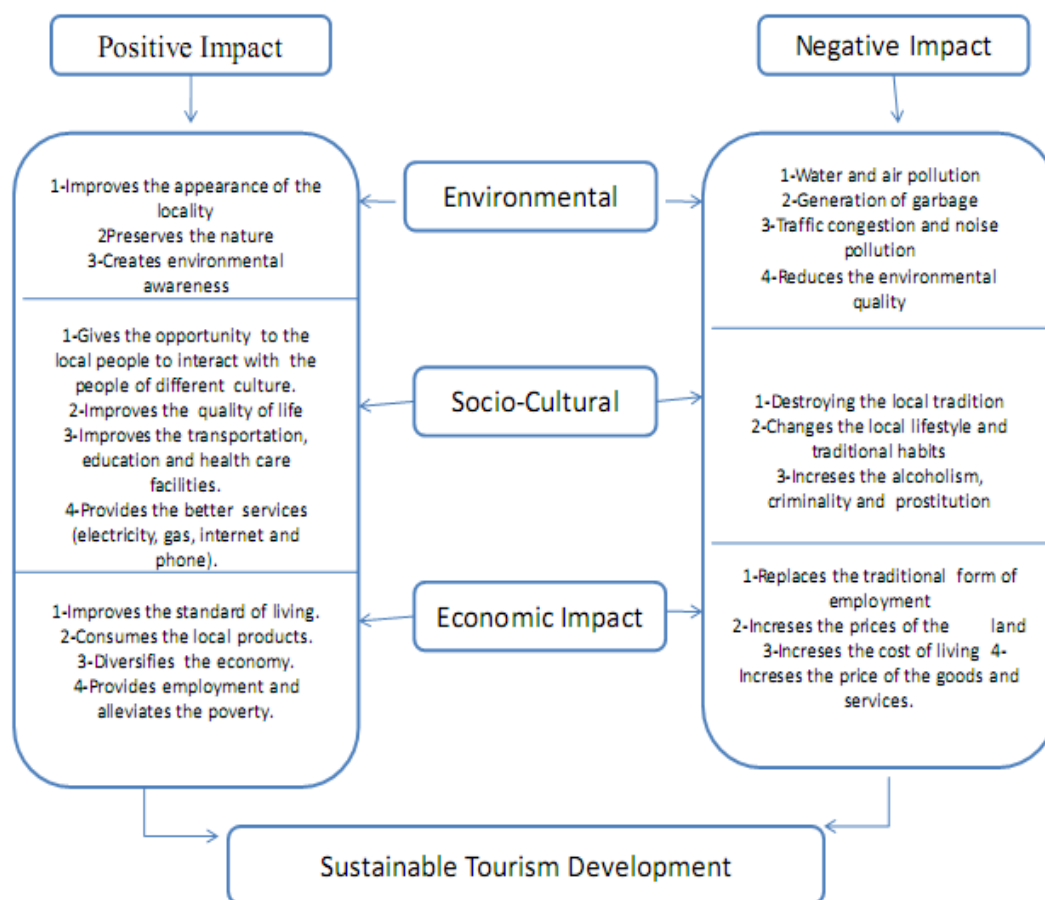
### 2.1.2 แนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยวอันเป็นทางเลือกใหม่มีชื่อเรียกอย่างหลากหลาย เช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดในเวลานี้คือ “Eco tourism” หรือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเด่นชัดขึ้นในภาวะปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจและองค์กรสำคัญต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้เริ่มเห็นความสำคัญของการจัดการ และพัฒนา

แบบยั่งยืน โดยแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตของความสามารถของธรรมชาติชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชนชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

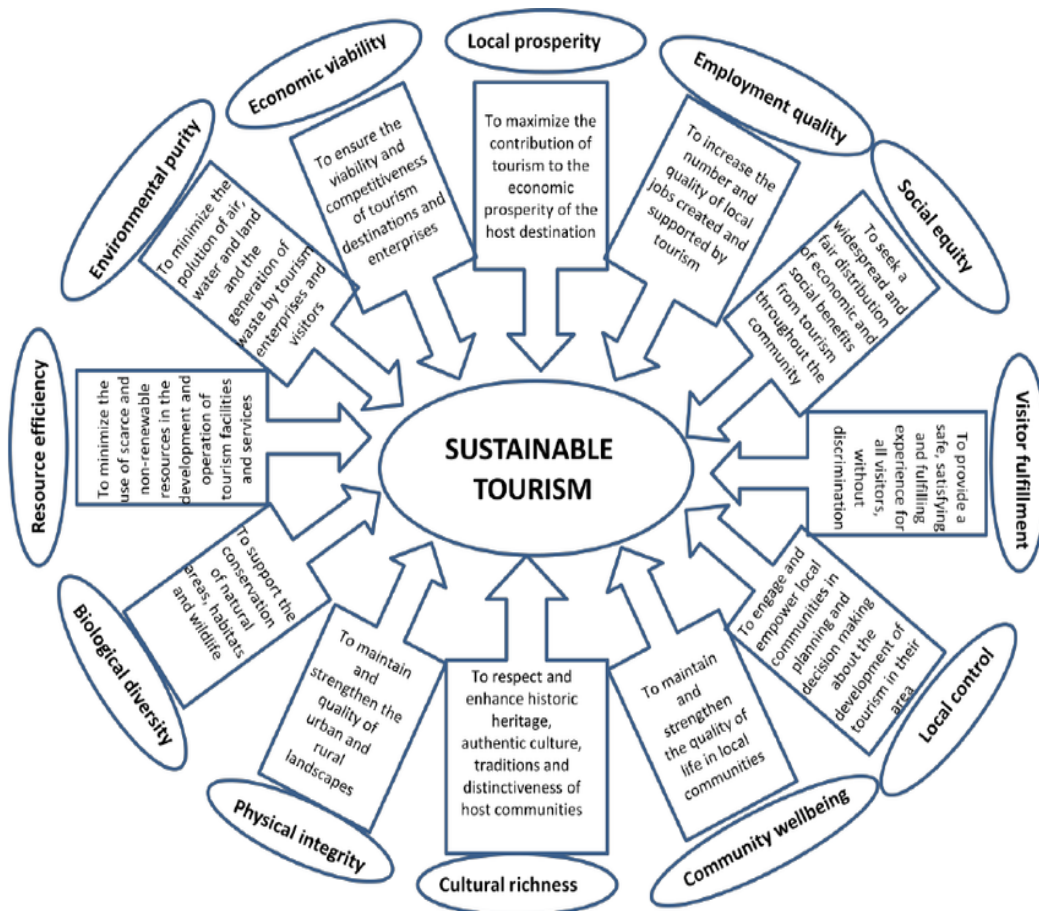
นอกจากนี้ Korez-Vide (Korez-Vide, 2013) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเกี่ยวข้องกับ 1) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด รวมทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 2) การดำเนินกิจกรรมที่ถูกต้องตามหลักสังคมและเงื่อนไขสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมเจ้าบ้านนั้นได้รับการเคารพ 3) สามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้อย่างมั่นใจ (ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมตกแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน) และ Khuntia and Mishra (Khuntia & Mishra, 2014) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทั้งในเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเกี่ยวข้องกับการจัดการทั้งผลกระทบในเชิงบวกและในเชิงลบ ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ดังแสดงในภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ที่มา: (Khuntia & Mishra, 2014)

โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ United Nations Environment Programme (UNEP) and องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization (UNWTO, 2005) แนะนำว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสร้างสภาพแวดล้อมและการสร้างความประทับใจรวมทั้งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว ช่วยยกระดับการรับรู้และการตระหนักถึงคุณค่าความยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการท่องเที่ยวที่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่ง UNWTO ได้นำเสนอ 12 มิติ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ดังแสดงในภาพที่ 3) ซึ่งองค์กรต่าง ๆ สามารถนำกรอบแนวคิดดังกล่าวไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้



ภาพที่ 3 รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ที่มา: (UNWTO, 2005)

โดยรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 12 มิติ ดังต่อไปนี้ (UNWTO, 2005)

1. Economic Viability คือ การสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ
2. Local Prosperity คือการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น
3. Employment Quality คือการทำให้การสร้างงานที่มีคุณภาพ และมีกิจกรรมที่สนับสนุนโดยนักท่องเที่ยว
4. Social Equity คือ การสร้างความเสมอภาคทางสังคม การลดความเหลื่อมล้ำ การสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจและทางด้านสังคม
5. Visitor Fulfilment คือ การตอบสนองนักท่องเที่ยว/ผู้เยี่ยมชม เช่น การเตรียมพร้อมทางด้านการรักษาความปลอดภัย การตอบสนองการสร้างประสบการณ์โดยปราศจากความแบ่งแยกใด ๆ

6. Local Control คือ การให้ท้องถิ่นหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ การวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจ

7. Community Wellbeing คือ การเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

8. Cultural Richness คือ ความร่ำรวยทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมไม่ถูกทำลาย

9. Physical Integrity คือ ความสมบูรณ์ทางกายภาพและสภาพแวดล้อม

10. Biological Diversity คือ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ และสัตว์

11. Resource Efficiency คือ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด หรือลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย จากการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการ

12. Environmental Purity คือการดำรงรักษาไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ การสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เช่น ผลกระทบต่ออากาศ น้ำ และพื้นดิน รวมทั้งการไม่ทิ้งของเสีย การทำลายธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

## 2.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Base Tourism (CBT)

### 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559b) ที่ผ่านมากำหนดว่า "Community-based Tourism : CBT" (Blackstock, 2005) คือการที่แหล่งท่องเที่ยวให้ชุมชนเป็นรากฐานในการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เริ่มเป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย ในหลาย ๆ ความหมายตามแต่ความเข้าใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ที่ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ ต้องให้ความสำคัญต่อชุมชนในระดับต้นๆ และชุมชนต้องได้รับประโยชน์อยู่เสมอ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT) “เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรทุกด้านของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558)

### 2.2.2 หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559a) ได้ศึกษาแนวทางจาก Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) (Council, 2013) ภายใต้โครงการ CSRMA ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBTi) สมาคมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (TEATA) มูลนิธิใบไม้สีเขียว และ European Center for Eco and Agro Tourism (ECEAT) พัฒนาเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) โดยได้กล่าวถึงหลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่ามี 10 ประการดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน



### 2.2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งชุมชนต้องมีบทบาทในความเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการดูแล จึงเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่ชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวางแผน จัดการ ดูแล และกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการ จัดการ แม้ว่าจะมีหน่วยงานภายนอกมาเป็นผู้สนับสนุน แต่คนในชุมชนถือว่าเป็นเจ้าของบ้านที่จะส่งมอบกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ตลอดจนประสบการณ์ในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558) โดยจะต้องเกิดผลในด้านบวกดังนี้

- การกระจายรายได้สู่ชุมชน - ต้องมีการจัดตั้ง หรือสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยงภายในชุมชนและนอกชุมชน ซึ่งจะเป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง
- การจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน - ต้องมีการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมพร้อมสร้างการรับรู้ในการวางแผนจัดการขยะ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- การสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น - ต้องมีการรวบรวม สร้างองค์ความรู้ และเสริมศักยภาพคนในชุมชน เชื่อมโยงคนในชุมชนต่าง ๆ ให้เข้มแข็ง และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสืบทอดทางวัฒนธรรมต่อไป

### 2.2.4 แนวคิดชุมชนเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยว Community Benefitting Through Tourism (CBTT)

แนวคิดชุมชนเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยว Community Benefitting Through Tourism (CBTT) คือการท่องเที่ยวที่มีฐานคิดมาจากการมองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระบบ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง และไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ทั้งระบบควรได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวคิดจากการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากการที่การท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรที่เป็นของส่วนรวม (Public Goods) การสร้างผลกระทบไม่ว่าบวกหรือลบทำให้หลายหน่วยในโลกนี้ได้รับผลทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นจึงควรคำนึงถึง การกระจายผลดีให้ทั่วถึงมากที่สุด การคิดเรื่องห่วงโซ่ความเชื่อมโยงโดยให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาคน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานได้อย่างทั่วถึงและกว้างขวาง

การที่ชุมชนจะเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้นั้น สิ่งที่สำคัญคือ ความเชื่อมโยงของผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยวหรือบุคคลที่ประกอบอาชีพในชุมชน โดยกระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์จะต้องเชื่อมโยงในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น อาคารที่พัก กิจกรรม ของที่ระลึก การนำเที่ยว ฯลฯ ซึ่งแต่ละชุมชนไม่ต้องมีครบทุกอย่าง แต่ต้องมีกระบวนการเชื่อมโยงเพื่อเติมเต็มการท่องเที่ยวที่จะได้ประโยชน์ร่วมกัน และแม้ว่าชุมชนจะไม่ได้ทำกิจกรรมแต่ชุมชนก็ต้องได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนผ่านการเชื่อมโยงได้เช่นกัน ซึ่งการท่องเที่ยวที่ทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์สามารถเป็นไปในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนไม่ว่าจะเป็นตัวเงิน หรือจะเป็นรูปแบบของความยั่งยืนที่เกิดขึ้นในชุมชน เช่น คนในชุมชนเกิดความตระหนักในการดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรของตน รวมถึงการสืบทอดภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นเอาไว้ก็ถือว่าเป็นประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเช่นกัน (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558)

## 2.3 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ Creative Tourism (CT)

### 2.3.1 ที่มาของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 – 2564) ที่มุ่งเน้นการยึดหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” “คนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา” และ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยการนำทุนของประเทศที่มีศักยภาพมาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกัน พร้อมทั้งเสริมสร้างให้แข็งแกร่งเพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญในกาพัฒนาประเทศ ได้แก่ การเสริมสร้างทุนทางสังคม (ทุนมนุษย์ ทุนสังคม และทุนวัฒนธรรม) การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง โดยใช้ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีศักยภาพต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ตลอดจนอัยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economics Forum ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศ

ทั่วโลก และกรุงเทพมหานคร ได้รับการคัดเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 ซึ่งจัดอันดับโดย Master Card (Sile, 2016) นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับรางวัลระดับโลกด้านการท่องเที่ยวอีกหลายรางวัล เช่น ชายหาดที่ดีที่สุดในโลกในปี 2558 รางวัล Most visited destinations by international tourist arrivals ปี 2017 จัดอันดับโดย UNWTO

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยว (New Travel Paradigm) ที่มีอิทธิพลต่อกรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน หลายประเทศทั่วโลก และก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน ทางการท่องเที่ยว การศึกษา ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) ไปสู่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัย แวดล้อมที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน และส่งผลต่อแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงใน มิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย การเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีที่มาจากปัจจัยหลัก 3 ประการ ดังนี้ (ภูริวิจน์ เดชอุ่ม, 2556)

### 2.3.1.1 กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

โลกาภิวัตน์หรือโลกไร้พรมแดนเป็นกระแสหลักของโลกในยุคปัจจุบัน ซึ่งเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเป็นสำคัญ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองผ่านการเผยแพร่องค์ความรู้ต่าง ๆ สังคมโลกจึงเปลี่ยนไป โดยมีนัยยะสำคัญ ผู้คนสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ “สังคมฐานความรู้” สังคมที่ผู้คนสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ได้ง่าย อีกทั้งยังมีข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการที่หลากหลายและซับซ้อน โดยเฉพาะมีสินค้าและบริการที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตน และสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตใจที่มากขึ้น ผลจากการประชุมขององค์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) ในปี พ.ศ. 2549 ระบุว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการหาข้อมูล และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล จึงเกิดการลอกเลียนแบบได้ง่ายและทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งนำไปสู่การถดถอยของราคาและคุณภาพ สถานการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวนี้เป็นตัวแปรหลักที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากสังคมฐานความรู้ไปสู่ “สังคมความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Society)” กล่าวคือ ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการการตอบสนองที่มีลักษณะเฉพาะตัว การตอบสนองทางด้านจิตใจ การค้นหาความหมายของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว (Search for meaning)

รวมถึงความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ ที่แปลกใหม่จากมุมมองหรือวิธีคิดใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น ฉะนั้นนักท่องเที่ยวยุคใหม่จึงมี พฤติกรรมการบริโภคที่เน้นองค์ประกอบเชิงอารมณ์ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจาก องค์ประกอบทางกายภาพหรือคุณสมบัติทั่วไปที่พึงจะได้รับ

สังคมความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวผลักดันให้เกิดระบบเศรษฐกิจหลังสมัยใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)” หรือ “เศรษฐกิจประสบการณ์ (Experience Economy)” ซึ่งสาระสำคัญคือ การบูรณาการของวัฒนธรรมเข้าร่วมกับธุรกิจ หรือการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ทางการค้า (Cultural commodification) (Andersson & Thompsen, 2008) โดยผลผลิตที่ได้คือ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม (Cultural products) ซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกับสินค้าและบริการอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากกรณีความสำเร็จของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ที่ส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดจนก่อให้เกิดการแพร่หลายของวัฒนธรรมเกาหลี (Korean wave หรือ K-Pop) ทั่วโลก

การท่องเที่ยวถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลกเป็นที่ประจักษ์ชัดว่า การขยายตัวของการท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น และส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในทางกลับกัน การพัฒนาการท่องเที่ยวก็สามารถนำ แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มที่ก่อให้เกิด คุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้ ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยว กับระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง

### 2.3.1.2 ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ

ความคิดสร้างสรรค์เป็นทางเลือกที่น่าสนใจไม่น้อยสำหรับการกำหนด นโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองและภูมิภาคทั้งในด้านการเติบโต เศรษฐกิจ (Ray, 1998 อ้างอิงใน (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) สภาพสังคมและชีวิตความอยู่ของผู้คน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ตราสินค้าระดับโลก ในภาพกว้างๆ ความคิดสร้างสรรค์จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 มิติที่สำคัญ (Taylor, 1988) ได้แก่ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (The Creative person) กระบวนการเชิงสร้างสรรค์ (The Creative process) ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (The Creative product) และสิ่งแวดล้อมเชิงสร้างสรรค์ (The Creative press/environment) โดยอาจจะปรากฏในรูปของฉากหลัง (Background) หรือบรรยากาศ (Atmospheres) ที่

เสริมสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ยังสามารถสอดแทรกอยู่ใน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปของเนื้อหาสาระเชิงสร้างสรรค์ (Creative content) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการทางจิตใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การกำหนดนโยบายสาธารณะที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐจึงปรากฏอย่างแพร่หลายในปัจจุบันและมักจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนา 3 ด้านที่สำคัญ ดังนี้ (Campbell, 2011)

1. พื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative space/area) หรืออีกนัยหนึ่งคือ เมืองสร้างสรรค์ เป็นการนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาของเมืองรวมถึงการออกแบบเมือง ให้มีบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ด้วยการจัดให้มีพื้นที่ และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ นอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ความคิดเชิงสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้จากการศึกษาแบบทางการในสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้ผ่านระบบการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการได้อีกด้วย โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ (Richards & Marques, 2012) เช่น ลานกิจกรรม การแสดงดนตรีสำหรับเยาวชน สถานที่ผลิตงานศิลปะและงานประดิษฐ์ เป็นต้น รวมถึงการมีพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับบุคคลทั่วไป เช่น การชื่นชมงานศิลปะ การชมนิทรรศการหรือหอศิลป์ ศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ พื้นที่เชิงสร้างสรรค์ยังช่วยเสริมสร้างจุดสัมผัสที่ละเอียดอ่อนให้กับพื้นที่ทางวัฒนธรรม (Cultural area) เพื่อนำไปสู่เข้าใจและความรัก ความหวงแหนวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ในปี พ.ศ. 2547 องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้จัดโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The creative cities network) โดยแบ่ง ประเภทเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ วรรณกรรม งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน งานออกแบบ ดนตรี อาหาร ภาพยนตร์ และสื่อศิลปะ การสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO จะมีเป้าหมายในการพัฒนาทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ของกลุ่มเมืองที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองสร้างสรรค์ด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ควบคู่กันเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ คุณค่าวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือนอย่างลึกซึ้ง (UNESCO, 2006)

2. กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative spectacles) เป็นการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างเวลาและพื้นที่ ในรูปของงานเทศกาล (Festival) พิธีกรรม (Rite) และกิจกรรมพิเศษ (Special event) ต่าง ๆ อริยา อรุณินท์ (อริยา อรุณินท์, 2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานเทศกาลในมิติของภูมิทัศน์วัฒนธรรม พบว่า งานเทศกาลที่จัดบนพื้นที่สาธารณะ (Public space) ของเมืองเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชีวิตชีวาให้กับเมือง โดยในมุมมองของนักออกแบบชุมชนเมืองและภูมิสถาปนิกมักจะไม่ได้มองแค่การพัฒนา เชิงกายภาพ แต่ยังมองไปถึงการพัฒนาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ

พฤติกรรมของมนุษย์ด้วย ดังนั้น เมืองขนาดใหญ่ที่มีการบริหารจัดการที่ดี หรือเมืองน่าอยู่จึงมักจะจัดงานเทศกาล หลากหลายรูปแบบในพื้นที่สาธารณะของเมือง เช่น สวนสาธารณะ ลานคนเมือง เป็นต้น การสร้างภูมิทัศน์วัฒนธรรมด้วยการจัดงานเทศกาลจึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น ไม่เพียง แต่เป็นส่วนที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตในระดับที่ดีกว่ามาตรฐานแล้ว ยังเป็นการสร้าง ภาพพจน์ที่ดีสู่อารยประเทศในด้านความน่าเชื่อถือด้านการลงทุน การท่องเที่ยว และการยกระดับดัชนีชี้วัดการเติบโตทางด้านสังคมและเศรษฐกิจในทางอ้อมดังจะเห็นได้จาก การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับนานาชาติเป็นเรื่องสำคัญในอันดับต้นๆ ที่มักจะ ได้รับการกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาภาพลักษณ์ของเมืองนั้น ๆ นอกจากนี้ การจัดงานเทศกาลยังเป็นกลไกในการผลักดันให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่มีส่วนร่วมในการรักษาและฟื้นฟูภาพทางวัฒนธรรมของเมือง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้มาเยือนโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche market) ที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจงานเทศกาลศิลปะ เทศกาล ดนตรี เป็นต้น

3. กลุ่มผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) หรือ อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative industry) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนากระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละสาขา ปัจจุบันยังไม่มีกรอบประเภทธุรกิจที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน แต่หากพิจารณาภาพรวมของการแบ่งประเภทตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติแล้ว จะประกอบด้วยธุรกิจทางด้าน การออกแบบ งานสถาปัตยกรรม งานศิลปะและหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง งานโฆษณา สื่อและสิ่งพิมพ์ แฟชั่นและเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (ภัตตาคาร อินเทอร์เน็ตและคณะ, 2553a) ในบางกรณี อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จะครอบคลุมถึงธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์สาขาอื่น ๆ ในแง่ของการเข้าถึงผู้บริโภค ในทางกลับกันธุรกิจ หรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวในฐานะผู้จัดสิ่งปัจจัยการผลิต และผู้สร้างสรรค์บรรยากาศ (Atmosphere) ที่เป็นแรงดึงดูด นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists) และบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative people) ได้ความท้าทายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ คือ ศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ที่มีองค์ประกอบทางสุนทรียภาพที่สูง (High aesthetic) และสามารถสื่อเนื้อหาสาระในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic content) โดยใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้อย่างกลมกลืน รวมถึงการประกอบธุรกิจที่สร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่สังคม หรือชุมชนในท้องถิ่นด้วย

การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการกำหนดนโยบายสาธารณะในสามประเด็นข้างต้นก่อให้เกิดปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยปริยาย เนื่องจาก มีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนและได้รับประสบการณ์อย่างมีส่วนร่วมมากกว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในอดีต นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยุคใหม่ยังได้เปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative arena) ที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว และการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ของคนในท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอีกด้วย

### 2.3.1.3 การเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในทางสังคมวิทยา ระดับชั้นทางสังคม (Social class) บ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมบริโภค การศึกษาในประเด็นระดับชั้นทางสังคมในปัจจุบันมีหลากหลายแนวคิด แนวคิดหนึ่งที่มีความน่าสนใจและเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านอุปสงค์คือ แนวคิดชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative class) ของ Richard Florida (Florida, 2002) ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่กล่าวถึงชนชั้นสร้างสรรค์ไว้ในหนังสือ “The Rise of the creative Class” ว่าหมายถึง กลุ่มคนที่ทำงานในสาขาวิชาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-oriented occupations) โดยจะต้องประยุกต์ความรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตัดสินใจ และสื่อสารโต้ตอบภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างดี ในประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มคนที่ทำงานลักษณะนี้มีถึง ร้อยละ 30 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 50 ในอีก 10 ปีข้างหน้า แม้ว่าเศรษฐกิจจะถดถอยหรือเข้าสู่ภาวะวิกฤตก็ตาม ทั้งนี้ เนื่องจากลักษณะงานที่มี ความอ่อนไหวน้อยกว่างานที่มีลักษณะเป็นกิจวัตร (Routine-oriented job) ข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่งคือ ทักษะของแรงงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1) ทักษะการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น แพทย์ วิศวกรชีวภาพ เป็นต้น และ 2) ทักษะความฉลาดทางสังคม เช่น นักจิตเวช ผู้ให้บริการ นักบริหารจัดการ เป็นต้น ลักษณะของทักษะทั้งสองประการบ่งชี้ให้เห็นถึงภูมิหลังทางการศึกษาของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ปรับตัวไปสู่ระดับสูงชั้น ส่งผลให้รายได้ กำลังซื้อ และการเลื่อนระดับชั้นทางสังคมปรับตัวดีขึ้นในทิศทางเดียวกัน

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลทางตรงและทางอ้อม ประเด็นพิจารณาที่สำคัญคือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถ่วงดุลเพื่อค้นหาโอกาสและตีกรอบแนวคิดในการพัฒนาที่มีความเหมาะสม โดยพิจารณาเชื่อมโยงกับศักยภาพ จุดแข็ง และทุนทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ดังนั้นรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์มีความเชี่ยวชาญในด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และชนเผ่าเมารี การท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์จึงเน้นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มละประมาณ 12 คน ในขณะที่เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง และประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีเนื้อที่ขนาดเล็ก และมีทรัพยากรไม่หลากหลายมากนัก จะเน้นการพัฒนาเมืองควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับคนในประเทศ และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงในทางอ้อม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภาครัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบาย และชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องทำความเข้าใจแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในมิติการผลิต (Production) และมิติการบริโภค (Consumption) ควบคู่กัน รวมถึงรู้จักการใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ในมุมกลับ เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.3.2 ความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

แนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับการกล่าวถึงโดย Pearce and Butler ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1993 ในฐานรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ ซึ่งในขณะนั้นยังไม่ได้มีการกำหนดนิยามและความหมายที่ชัดเจน จนกระทั่งในระหว่างปี พ.ศ. 2533 ได้เริ่มมีการนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในเขตตัวเมือง และเขตชนบทด้วยการจัดโครงการ “การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม (Crafts tourism)” ในประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ และประเทศโปรตุเกส โดยโครงการพัฒนาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตประจำวัน ตลอดจนประเพณีจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์มากขึ้น ผลลัพธ์ของโครงการดังกล่าว เป็นที่จุดเริ่มของการกำหนดนิยาม และความหมายอย่างเป็นทางการและเป็นกิจจะลักษณะในเวลาต่อมา ดังต่อไปนี้

Richards and Raymond (Richards & Raymond, 2000) ได้ร่วมกันกำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพการเข้าร่วมกิจกรรม และประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะจุดหมายปลายทางที่ได้ไปเยือน ซึ่งหากจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงในพื้นที่ด้วย” ซึ่ง Richard และ Raymond (Richards & Raymond, 2000) ได้กล่าวว่าแนวความคิดดังกล่าว เกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจ หลังจากที่ได้ฟังบรรยายเกี่ยวกับปัญหาการท่องเที่ยววัฒนธรรม ที่มักให้ข้อมูลประเภทประวัติ หรือวัน เดือน ปีของสถานที่สำคัญและเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งไม่น่าสนใจกับนักท่องเที่ยวมากนัก ซึ่งเขาคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีปฏิสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสร้างสรรค์ได้มากกว่านี้ ผนวกกับการได้ยินเรื่องเล่าเกี่ยวกับประสบการณ์อันน่าประทับใจที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวรุ่น



ใหม่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย และอินโดนีเซีย โดยได้เข้าเรียนการวาดแผนไทยที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลาหลายสัปดาห์ และการเรียนรู้การทำอาหารที่บาหลิเป็นต้น ซึ่ง Richards and Raymond (Richards & Raymond, 2000) เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ด้วยตนเอง และยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาใหม่มาใช้ในชีวิต หรืองานของตนภายหลังจากที่กลับจากการท่องเที่ยวแล้วด้วย ซึ่งเขาถือว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ Richards and Wilson (Richards & Wilson, 2008) ได้เพิ่มจุดเน้นของคำนิยามก่อนหน้านี้ของ Richards and Raymond ในแง่ของกระบวนการที่ดึงเอาทักษะ (Skills) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณี (Traditions) และนำเสนอในรูปแบบประสบการณ์การเรียนรู้การพัฒนาตนเองและการเปลี่ยนแปลงจากภายในแก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จุดเน้นดังกล่าว คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น และศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ที่ไปเยือนมากขึ้น

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO, 2006) ได้กำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คน ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น”

นอกจากนี้ในการประชุม Creative cities Network ที่จัดขึ้นในเดือน ตุลาคม พ.ศ.2549 ได้มีการหารือถึงคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอประสบการณ์และการมีส่วนร่วม โดยที่ประชุมได้ร่วมกันพัฒนานิยามความหมายของ Creative Tourism ไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่”

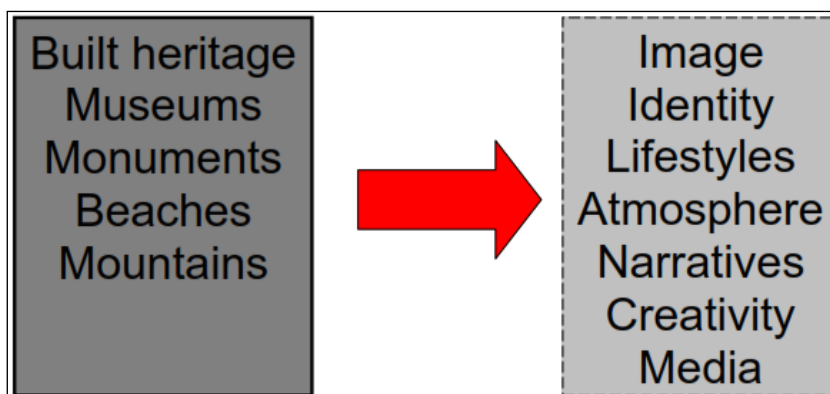
ต่อมาในปี 2007 Ramond (Raymond, 2007) ได้แก้ไขคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ คือ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือรูปแบบอันยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งมอบความรู้สึกที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการลงมือปฏิบัติ และประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อย่างไม่เป็นทางการ โดยในการลงมือปฏิบัตินั้นเกิดขึ้นในกลุ่มขนาดเล็กที่บ้าน หรือที่ปฏิบัติงานของผู้สอน โดยพวกเขายินยอมที่จะให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของตนเองไปพร้อม ๆ กับการโต้เถียงกับผู้คนในท้องถิ่นที่ได้มาเยือน โดยเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้ค้นพบความคิดเชิงสร้างสรรค์จากการใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ”

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมมหาชน) หรือ อพท. ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจ และในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว”

แม้ว่านิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมจะมี จุดเน้นที่แตกต่างกันบ้าง แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่ามีองค์ประกอบร่วมในลักษณะเดียวกัน คือ ประสบการณ์จริง และมีส่วนร่วม (Participative, authentic experience) ของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนา ศักยภาพ และทักษะเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการพบปะผู้คนในชุมชนหรือสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยตรง นอกจากนี้ การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการ และความสนใจนั้น แสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เป็นการท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor-made approach) ทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ

### 2.3.3 แนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การศึกษานิยาม ความหมาย และขอบเขตช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในภาพกว้าง ๆ และสามารถแยกแยะคุณลักษณะ หรือลักษณะเด่นจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดูเหมือนจะเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) ในภาพรวม แต่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความน่าสนใจไปจากเดิม คือ จากวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resource) เช่น การพิพิธภัณฑที่ถูกรื้อสร้างขึ้น รูปปั้น หาดทราย ภูเขา ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resource) เช่น ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยากาศ เรื่องเล่า วัฒนธรรมวิถีชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ หรือ สื่อต่าง ๆ เป็นต้น โดย Richard (2009) ได้นำเสนอรูปแบบการเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องได้ สู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จับต้องไม่ได้ (ดังแสดงในภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นนามธรรม  
ที่มา: (Richards, 2009)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืน และสัมฤทธิ์ผลทั้งในเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติอย่างแท้จริงนั้น จำเป็นจะต้องระบุและทำความเข้าใจหัวใจสำคัญของแต่ละมิติอย่างถี่ถ้วน ก่อนจะนำไปสู่กรอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติซึ่งเป็นรายละเอียด ปลีกย่อยในลำดับต่อไป จากการวิเคราะห์ภาพรวมของนิยาม ความหมาย ขอบเขต ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในข้างต้น สามารถแสดงแก่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Essences of creative tourism) ได้ ซึ่ง ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) ได้นำเสนอแก่นแท้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ดังแสดงในตารางที่ 3)

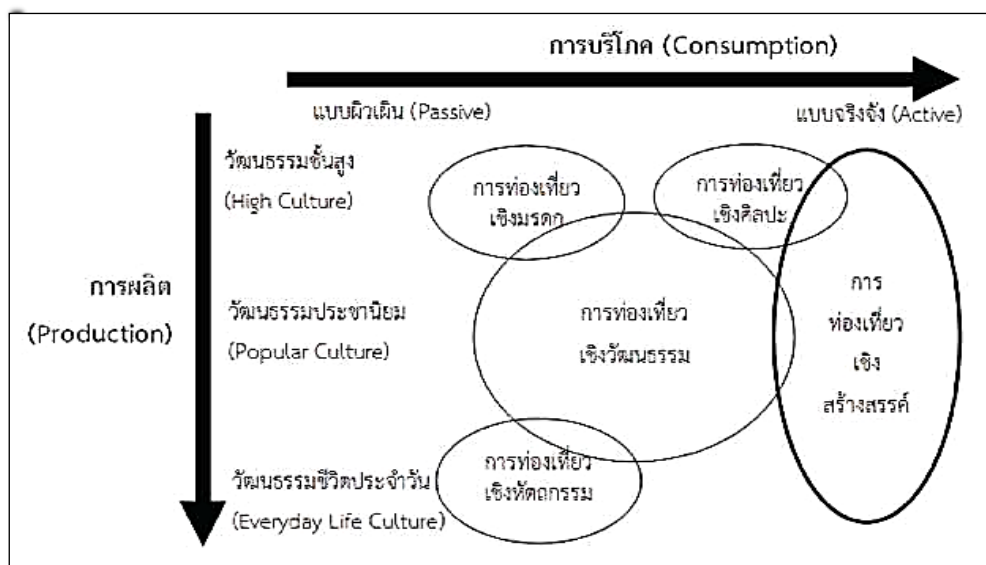
ตารางที่ 3 แสดงแก่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Essences of creative tourism)

มิติ (Dimensions)	คุณลักษณะ (Characteristics)
การบริโภค	การบริโภคแบบมีส่วนร่วม (Active Form for Consumption)
บทบาทของนักท่องเที่ยว	ผู้ร่วมผลิต หรือผู้ร่วมสร้างสรรค์
จุดมุ่งหมาย	- การพัฒนาตนเอง - การรู้ตนเอง
การผลิต	การใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นผู้นำ (Creativity lead Tourism)
ฐานทรัพยากร การท่องเที่ยว	ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ (Intangible tourism resource) ประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living Culture) วัฒนธรรมชีวิตประจำวัน (Everyday Life Culture)
กิจกรรมท่องเที่ยว	การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์ (Participative and Interactive Learning)

มิติ (Dimensions)	คุณลักษณะ (Characteristics)
ประสบการณ์	การได้รับประสบการณ์จริง (Authentic Experience)
การบริโภค	จากภายนอกสู่ภายใน (In-Out)
การผลิต	จากภายนอกสู่ภายใน (Out-In)
ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว	การตระหนักและเกิดความเข้าใจในคุณค่าทางวัฒนธรรม เพิ่มความสมดุลทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และลดความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนท้องถิ่น

ที่มา: (ภุริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556)

หัวใจสำคัญของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การได้รับประสบการณ์จริง (Authentic experience) จากการเดินทางท่องเที่ยว โดยกระบวนการผลิตและการบริโภคเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์ การท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา คือ ทำอย่างไรจึงจะส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่ง Richard (Richards, 2009) ยังได้อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติการผลิต และการบริโภค โดยชี้ให้เห็นว่า ในมิติการผลิตนั้นมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่หาชมได้ยาก ยังไม่ค่อยมีผู้ใดได้มีโอกาสไปเยี่ยมชม (Unseen destination) และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวัน (Everyday life culture) ของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งจะแตกต่างจากการท่องเที่ยวในลักษณะเดิมที่เน้นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องชม และมีความผูกพันกับวัฒนธรรมชั้นสูง เช่น พระราชวัง โบราณสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อนุสาวรีย์ ประติมากรรม เป็นต้น ส่วนในมิติการบริโภค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลาง หรือนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น อีกทั้งยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนได้ไปเยือน มากกว่าที่จะเป็นเพียงบุคคลนอก หรือผู้มาเยี่ยมชม หรือผู้สังเกตการณ์ โดยไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นนั้น ๆ (ดังแสดงในภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติการผลิตและการบริโภค

ที่มา: (Richards, 2009)

#### 2.3.4 คุณลักษณะการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่อาศัยวัฒนธรรม เป็นฐาน (Culture-based tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led tourism) ซึ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural tourism) อย่างเห็นได้ชัด โดยการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือเป็น การขยายของเขต และระดับความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น การพิจารณาลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามคำนิยาม ความหมาย และลักษณะของการท่องเที่ยวจึงสามารถแบ่งได้ 2 แนวทาง ดังนี้ (ภูริวัจน์ เดชอ่วม, 2556)

ลักษณะขอบเขตในแนวกว้าง ขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้างชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า “คุณสมบัติเชิงพื้นที่” กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมนั้นจะเน้นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้เป็นหลัก ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้หรือเป็นนามธรรม เช่น แหล่งวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม วิถีชีวิตประจำวัน เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นซึ่งเป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม หรือสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวเป็นฉากวัฒนธรรม (Cultural scene) เช่น การจัดเทศกาลศิลปะในย่านเมืองเก่าหรือชุมชนเก่า การจัดแสดงแสง สี เสียงในแหล่งโบราณสถานเพื่อบอกเรื่องราวประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงการปรับตัว

ของชุมชนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นทางด้านการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงกับภูมิสังคมและคุณค่าทาง วัฒนธรรม ทั้งนี้ การใช้ความคิดสร้างสรรค์อาจจะปรากฏในลักษณะ ผสมผสานความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ทรัพย์สินทางกายภาพ (Physical assets) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural) บรรยากาศ (Atmosphere) ให้เข้ากันอย่างกลมกลืนเพื่อสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา เยือน และได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และสร้างความประทับใจ จนอาจจะกลับมา ท่องเที่ยว หรือบอกต่อให้คนอื่นกลับมาท่องเที่ยว

ลักษณะขอบเขตในแนวคิด ลักษณะดังกล่าวให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของประสบการณ์ ที่นักท่องเที่ยวได้รับผ่าน “คุณสมบัติเชิงกระบวนการ” ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองทั้งในแง่ของ การรู้ตนเอง (Self-realization) และการแสดงความเป็นตัวตน (Self-expression) และการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมโดยใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active form) แทน การเรียนรู้แบบเป็นผู้รับ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ส่งผลดีในแง่ของการธำรง รักษาคุณค่าของชุมชน และนำไปสู่ความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย อย่างไรก็ตามความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะขึ้นอยู่กับ ระดับการมีส่วนร่วม (Involvement) หรือการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เป็นสำคัญ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ผู้คน กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมจะทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นผู้ร่วมผลิต หรือผู้สร้างสรรค์อีกด้วย

นอกจากนี้ (Richards, 2009) ได้เสนอรูปแบบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Basic Modes of Implementation of Creative Tourism) ในสองลักษณะคือ

1. ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Using creativity as a tourist activity)
2. ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (Using creativity as background for tourism)

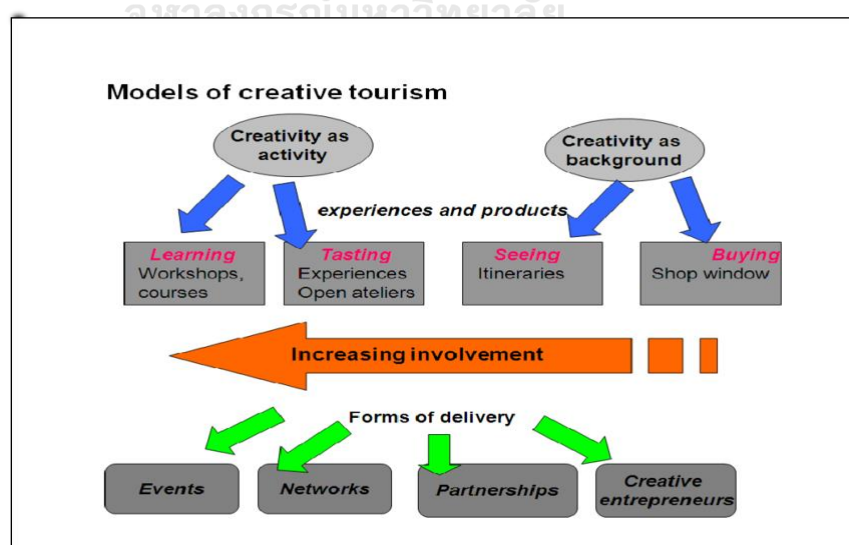
โดยในรูปแบบแรกจะเป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้น ๆ แต่ปัจจุบันการนำเอาการสร้างสรรค์มาเป็นฉากหลัง ของการท่องเที่ยวหรือสร้างบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพื่อ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเสน่ห์เพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น การจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองซานตา เฟ เมืองที่ได้รับประกาศโดย UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านศิลปหัตถกรรม โดยจัดให้มี กิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ อบรมเรื่องเกี่ยวกับการปั้นหม้อดินเผา (ซึ่งเป็นงานศิลปะในเขตนี้มาแต่ เดิม) การทำอาหารพื้นเมือง หรือการทำเครื่องรางพื้นเมือง ที่พิพิธภัณฑศิลปะพื้นเมือง เป็นต้น ซึ่ง ลักษณะของรูปแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ดังแสดงในตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 รูปแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Basic of Activity	Type of Experience
การเรียนรู้ (Learning)	การฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติ (Workshop)
การทดลองการมีประสบการณ์ร่วม (Testing)	ประสบการณ์ (Experiences) การลงมือปฏิบัติ (Open atelier)
การเยี่ยมชม (Seeing)	เส้นทางท่องเที่ยว (Itineraries)
การซื้อ (Buying)	แกลลอรี่ (Galleries) ร้านขายของ (Shop window)

ที่มา: (Richards, 2009)

ต่อมา Richard (Richards, 2011b) ได้นำเสนอแผนผังของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจนขึ้นโดยแสดงถึงรูปแบบของประสบการณ์ และผลิตภัณฑ์ (experience and products) อันเป็นผลจากการที่ได้ใช้การสร้างสรรค์ในฐานะเป็นฉากหลัง (Creativity as background) และในฐานะการเป็นกิจกรรม (creativity as activity) ที่มีขอบเขตกว้างขวาง ซึ่งเรียกร้องการเข้าร่วมเพิ่มมากขึ้น (increasing involvement) นับตั้งแต่ผลิตภัณฑ์เพื่อการซื้อขายไปจนถึงเส้นทางท่องเที่ยว (Itineraries) การทดลองการมีประสบการณ์ร่วม (Testing) ไปจนถึงการลงมือเรียนรู้ (Learning) โดยมีตัวความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Carriers of creativity) ใน 4 แบบ คือ ผลิตภัณฑ์ (Products) กระบวนการ (Process) ผู้คน (People) และสภาพแวดล้อม (Environment) ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: (Richards, 2011b)

นอกจากนี้ Ohridska-Olson และ Ivanov (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010) ได้นำเสนอ ลักษณะรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังแสดงในตารางที่ 5 ต่อไปนี้

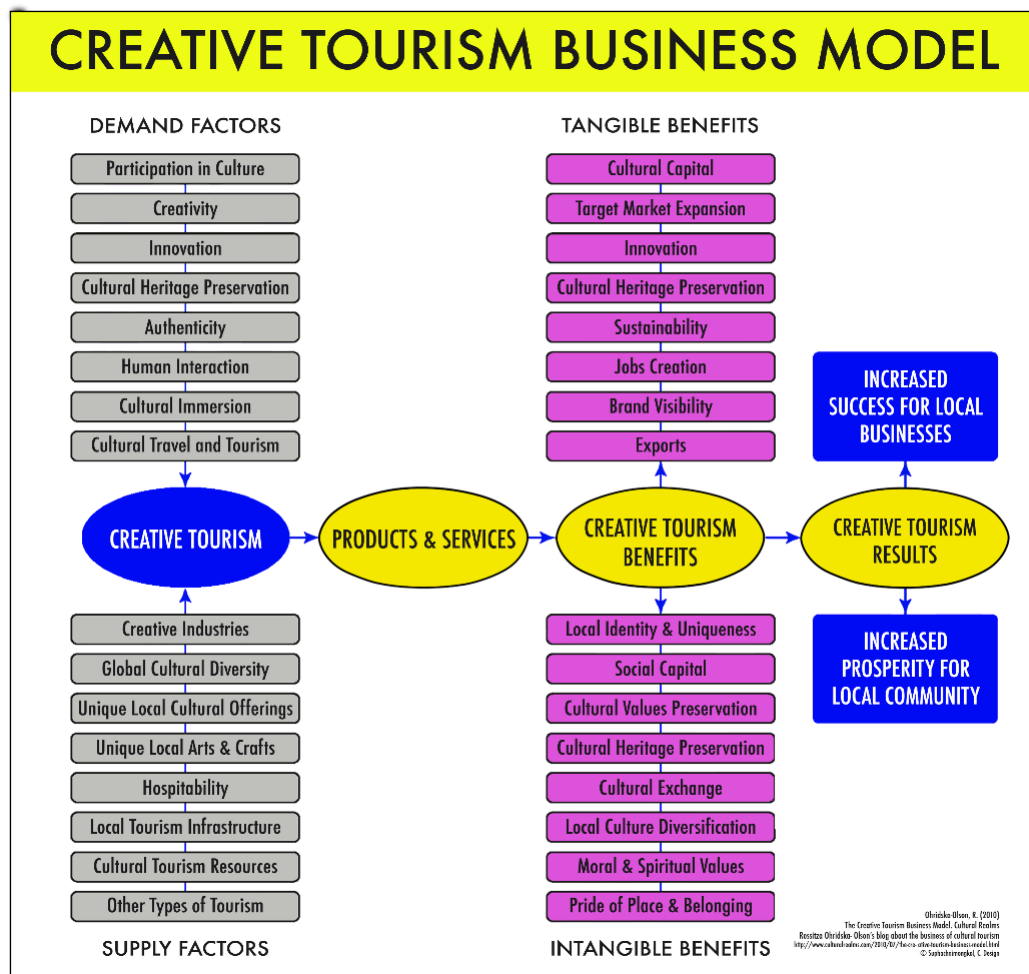
ตารางที่ 5 ลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ลักษณะ
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	อยู่บนพื้นฐานของทุนสร้างสรรค์ท้องถิ่นที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา กระบวนการทางศิลปะหรือการสร้างสรรค์ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กว้างขวาง นับตั้งแต่การสานตะกร้าในอียิปต์ การเดินแชมบ้าในคิวบาเรียน การทากีตาร์ในบัลกาเรีย จนถึงงานโลหะในนิวยอร์ก เป็นต้น
ตลาดเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมายขนาดเล็ก หรือกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจเฉพาะ
ผลประโยชน์สำหรับมรดกวัฒนธรรม	การมีส่วนร่วมไม่นำไปสู่การทำลาย ผู้มาเยือนมีความรับผิดชอบ การสร้างสรรค์ใหม่ของมรดกทางวัฒนธรรม
ความยั่งยืน	มีมากกว่า เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วางอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการสร้างสรรค์ไม่สิ้นสุด

ที่มา: (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010)

Ohridska-Olson และ Ivanov (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010) ได้จัดทำแผนผังรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism business model) ว่าประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านความต้องการ (Demand factors) ปัจจัยสนับสนุน (Supply factors) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ทำให้เกิดสินค้าและบริการ (Product & Services) ที่นำไปสู่ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism benefits) ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ที่จับต้องได้ (Tangible benefits) และผลประโยชน์ที่เป็นนามธรรม (Intangible benefits) และนำมาสู่ผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism result) ที่อาจจะเป็นผลประโยชน์ทั้งในด้านของธุรกิจท้องถิ่น (Increased success for local business) และความร่ำรวยของชุมชน (Increased prosperity for local community) ดังแสดงในภาพที่ 7





ภาพที่ 7 แผนผังรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010)

ในส่วนของประเทศไทยนั้น อพท. (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560) ได้กำหนดลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะของการแสดงถึงความแท้จริง-ความดั้งเดิม หรือ “REAL” ที่ประกอบขึ้นด้วยอักษร 4 ตัวคือ R=Reciprocating คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม E=Experiencing คือ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว A=Appreciating คือการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และ L=Lifelong Learning คือการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด โดยองค์ประกอบดังกล่าวนี้ อพท. มุ่งหวังที่จะให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมในจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่สิ้นสุด



ภาพที่ 8 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ อพท.

ที่มา: (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

โดยลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อพท. ได้นำเสนอแนวคิดคือการ เรียนรู้-ดูของจริง - ลงมือทำ (ดังแสดงในภาพที่ 8) โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติกิจกรรมเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ กับชุมชน พัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำด้วยตนเอง พุดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวกับคนในชุมชน เกิดความประทับใจความผูกพันที่ดีกับชุมชน



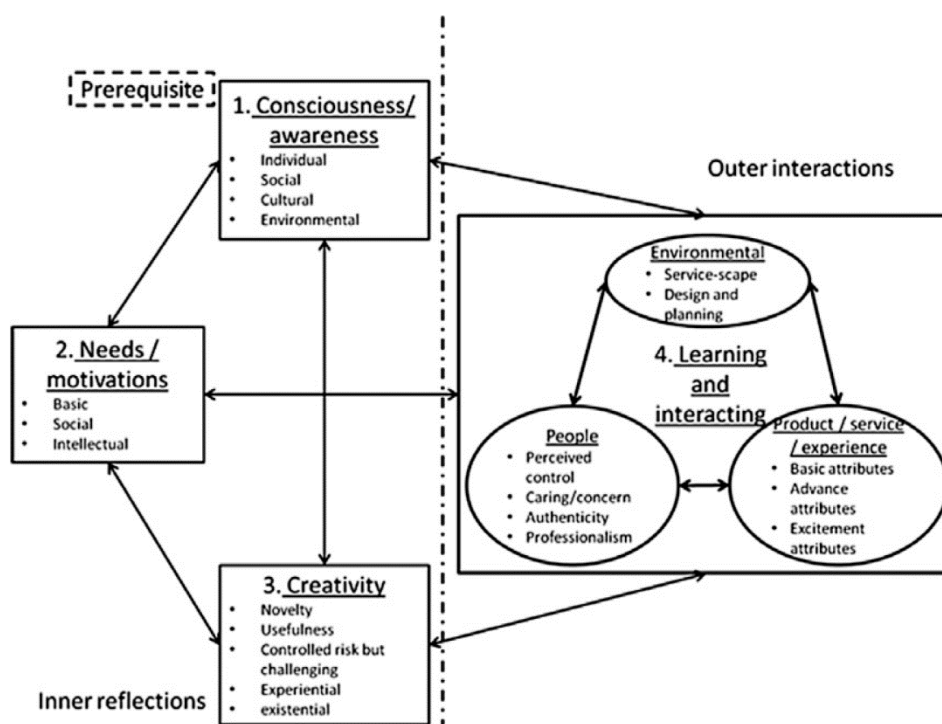
ภาพที่ 9 คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

และสิ่งที่ชุมชนจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเอง เกิดความเข้มแข็งเพื่อรักษาตัวตนที่แท้จริง การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเกิดความยั่งยืน ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง

### 2.3.5 การพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์

การพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นคำสำคัญของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หากปราศจากการพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ในกระบวนการเรียนรู้กิจกรรมของนักท่องเที่ยวแล้ว จะไม่นับว่าการท่องเที่ยวนั้นเข้าข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้เลย



ภาพที่ 10 A Model of "Creative Experience"

ที่มา: (Tan, Kung, & Luh, 2013)

S.-K" Tan et al. ได้แสดงให้เห็นไว้ในภาพที่ 10 ว่ารูปแบบของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นจะต้องเป็นการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ของ 1) นักท่องเที่ยว 2) สิ่งแวดล้อม 3) ผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ในตัวนักท่องเที่ยวจากภายในสู่ภายนอก นอกเหนือไปจากประสบการณ์เพียงฉาบฉวย แต่หมายถึงการกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มีต่อตนเองว่าจะกระทบต่อสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

จากการค้นคว้าพบว่ามีการศึกษาเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพความสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทย การสืบค้นการเป็น "Spirit of the Place" บนพื้นฐาน

ความเป็นตัวตนของแท้ ออกแบบให้เกิดประสบการณ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้เรียนรู้ ได้ลงมือทำ ได้ความทรงจำ ครบทุกมิติ รูป รส กลิ่น เสียง ก่อให้เกิดมิติความคิดเชิงสร้างสรรค์ ให้มีความใหม่ ก่อเกิดเป็นกิจกรรมประยุกต์ทางวัฒนธรรมมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมเรื่องอาหาร การแต่งกาย การกินอยู่ (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) สอดคล้องกับนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ที่นวัตกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องสร้างความเหมาะสม ระหว่างความคงอยู่ของ Spirit of the Place ที่เป็นความจริงแท้ของชุมชนท้องถิ่นการออกแบบสร้างสรรค์ประสบการณ์เชิงพาณิชย์

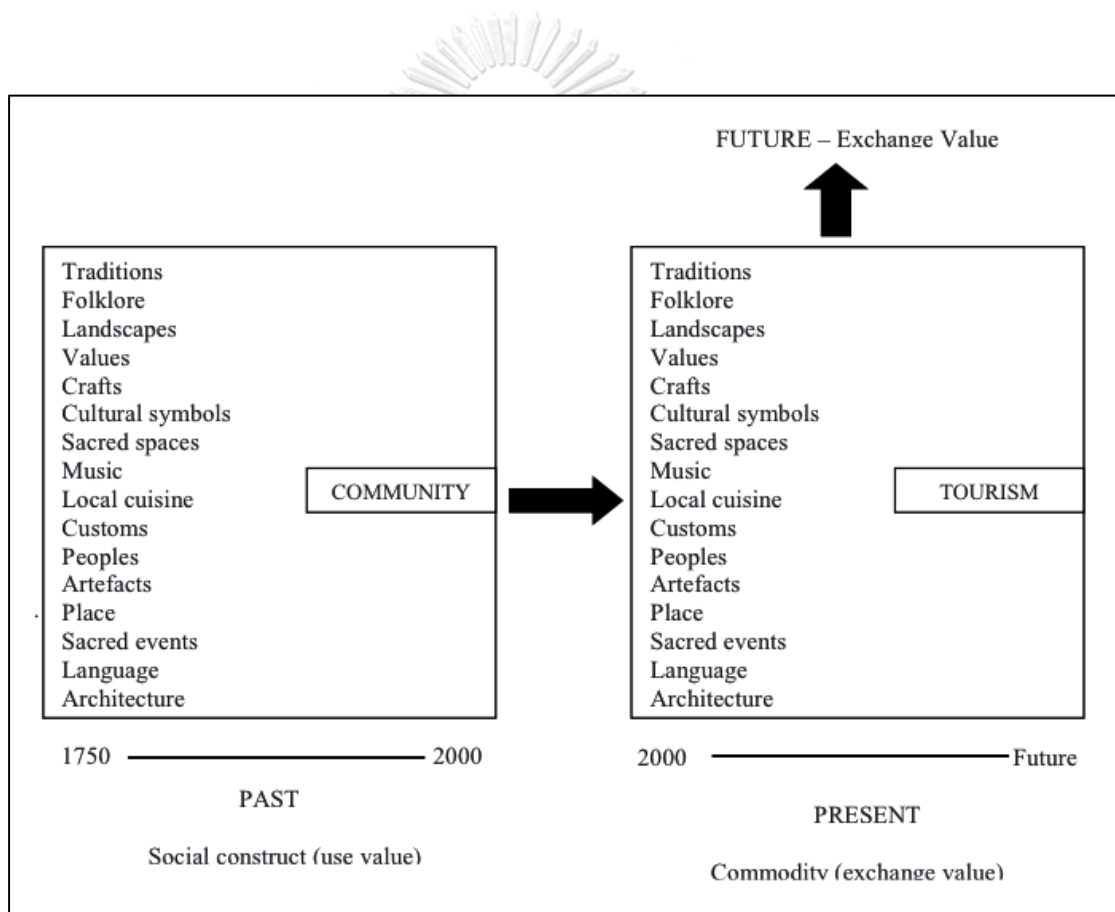
### 2.3.6 กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า The Commodification of Culture

Greg Richards (Richards, 2009) ได้ชี้ให้เห็นว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิมคือจาก วัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resources) ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resource) และทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมนี้ จะใส่ใจไปที่ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยากาศ การเล่าเรื่อง การสร้างสรรค์และสื่อความหมาย จากเดิมที่เคยให้คุณค่ากับวัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) เช่น ปราสาท ราชวัง หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์กลับหันมาสนใจ (Everyday Culture) กันมากขึ้น เช่น ร้านอาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่พัฒนามาจากกระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (The Commodification of Culture) ยกตัวอย่างเช่น Paul Cloke & Harvery C. Perkins ศึกษาเรื่อง Commodification and Adventure in New Zealand Tourism (Cloke & Perkins, 2002) ได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการทำการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในนิวซีแลนด์เป็นสินค้า พบว่านักท่องเที่ยวต้องการสินค้าการผจญภัยเพิ่มมากขึ้น จึงได้คิดผลิตการบริการการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองการบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว

ทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์ ได้กล่าวถึงกระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (Commodification) นั้นหมายถึงการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์จากเดิมไปสู่ความสัมพันธ์เชิงพาณิชย์ (ธีระเดชพงศ์, 2553) และกลไกที่มีความสำคัญในกลายเปลี่ยนให้เป็นสินค้าก็คือ “การตั้ง

ราคาแพง” ให้แก่สิ่งต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ของมูลค่าการใช้สอย (Use Value) ไปสู่มูลค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) จึงทำให้แนวคิดการหาต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการหา “ทุนวัฒนธรรม” เพื่อตั้งราคาให้แก่การเปลี่ยนวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าที่มีราคา

การเปลี่ยนวัฒนธรรมให้กลายมาเป็นสินค้าได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องจากนักวิชาการและผู้ประกอบการ จึงมีการพัฒนามาเป็นกระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าไปสู่การแลกเปลี่ยน (Future-Exchange Value) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 11



ภาพที่ 11 Commodification of Cultural Heritage for tourism

ที่มา: (Rodzi, Zaki, & Subli, 2013)

### 2.3.7 การท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำเอาหลักการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเติมแต่งทรัพยากรในการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Creation) เปรียบเทียบให้เห็นความเชื่อมโยงกันเป็นหลักการเปรียบเทียบกัน (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 6) ดังนี้

ตารางที่ 6 หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวโดยชุมชน	การท่องเที่ยวสร้างสรรค์
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ชุมชนเป็นเจ้าของ</li> <li>● ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและการตัดสินใจ</li> <li>● ส่งเสริมความภูมิใจในตนเอง</li> <li>● ยกระดับคุณภาพชีวิต</li> <li>● มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม3</li> <li>● คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น</li> <li>● เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์</li> <li>● เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น</li> <li>● มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ชุมชนเป็นเจ้าของ</li> <li>● ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและการตัดสินใจ</li> <li>● ส่งเสริมความภูมิใจในตนเอง</li> <li>● ยกระดับคุณภาพชีวิต</li> <li>● มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>● เกิดความเข้มแข็งเพื่อรักษาตัวตนที่แท้จริง</li> <li>● ชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเอง</li> <li>● เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น</li> <li>● การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเกิดความยั่งยืน ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง</li> <li>● นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี</li> <li>● มีส่วนร่วมและลงมือทำกิจกรรมเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ร่วมกับชุมชน</li> <li>● นักท่องเที่ยวสามารถพัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำด้วยตนเอง</li> <li>● นักท่องเที่ยวมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวกับคนในชุมชน</li> <li>● นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ มีความผูกผันที่ดีกับชุมชน</li> </ul>

ที่มา: พัฒนาจาก (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559a) และ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

### 2.3.8 การพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยว 3 C Model (CT+CBT+CBTT)

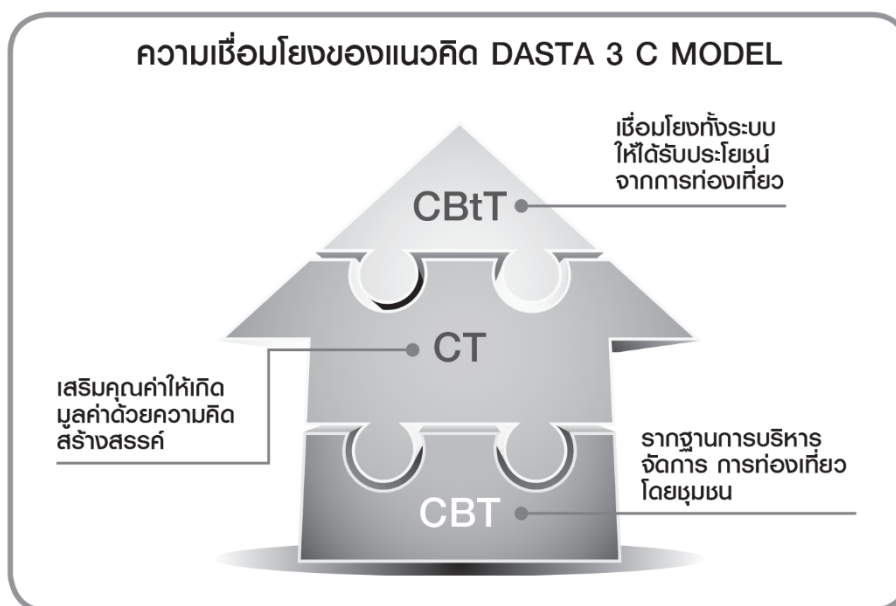
จากความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกันนั้น ทำให้อพท. ได้นำเสนอพลวัตความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความเป็นตัวตนที่แท้จริงของวัฒนธรรม เน้นวิถีชีวิตและการท่องเที่ยวระดับกิจกรรม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560) โดยมีคำสำคัญอยู่ 3 คำ คือ 1) ความจริงแท้ (Authenticity) 2) การมีส่วนร่วมหรือการแลกเปลี่ยน (Participation) 3) จิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place) ซึ่งจะประยุกต์วัฒนธรรมมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างสรรค์และสรรสร้างผ่านนวัตกรรมที่มีความเหมาะสม ระหว่างความคงอยู่ของ Spirit of the Place ที่เป็นความจริงแท้ของชุมชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์เชิงพาณิชย์ที่มีคุณค่า เป็นพลวัตแห่งความเป็นจริงแท้ในการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (ดังแสดงในภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 พลวัตความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558)

การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้นั้นต้องอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์และความสมดุลของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ดังภาพ “ความเชื่อมโยงของแนวคิด 3 C Model โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)” (ดังแสดงในภาพที่ 13)



**ภาพที่ 13** ความเชื่อมโยงของแนวคิด DASTA 3 C MODEL

**ที่มา:** (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558)

จุดศูนย์กลางของการเชื่อมโยง 3 C Model นี้จะอยู่ที่ชุมชน แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ธรรมชาติ คน วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ ด้วยความเข้มแข็งของคนในชุมชน รากฐานที่มั่นคง ความรักความสามัคคีภายในชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง (การท่องเที่ยวโดยชุมชน Community-Based Tourism: CBT) จนสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่มีอยู่ แต่ยังคงอัตลักษณ์ดั้งเดิมไว้ สามารถสร้างสรรค์ออกมาเป็นกิจกรรม ที่พัก โรงแรม มีศูนย์การเรียนรู้แบบเน้นการมีส่วนร่วม เปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้เข้ามาเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน (การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ Creative Tourism: CT) นักท่องเที่ยวต้องเคารพกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ชุมชนสร้างขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้ค่านิยม หรือวัฒนธรรมจากการเดินทางจากภายนอกที่อาจจะส่งผลกระทบต่อชุมชน ชุมชนที่เข้มแข็งนี้จะสร้างผลประโยชน์ให้ชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม นอกเหนือไปจากนั้น ชุมชนในบริเวณก็สามารถนำทรัพยากรที่ตนเองมีส่งต่อเป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ักท่องเที่ยวได้ ชุมชนสามารถแบ่งปันผลประโยชน์ กระจายรายได้ ทำให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (ชุมชนเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว Community Benefitting Through Tourism: CBTT) ทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ สืบทอดทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น นำมาซึ่งการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทยสืบไป

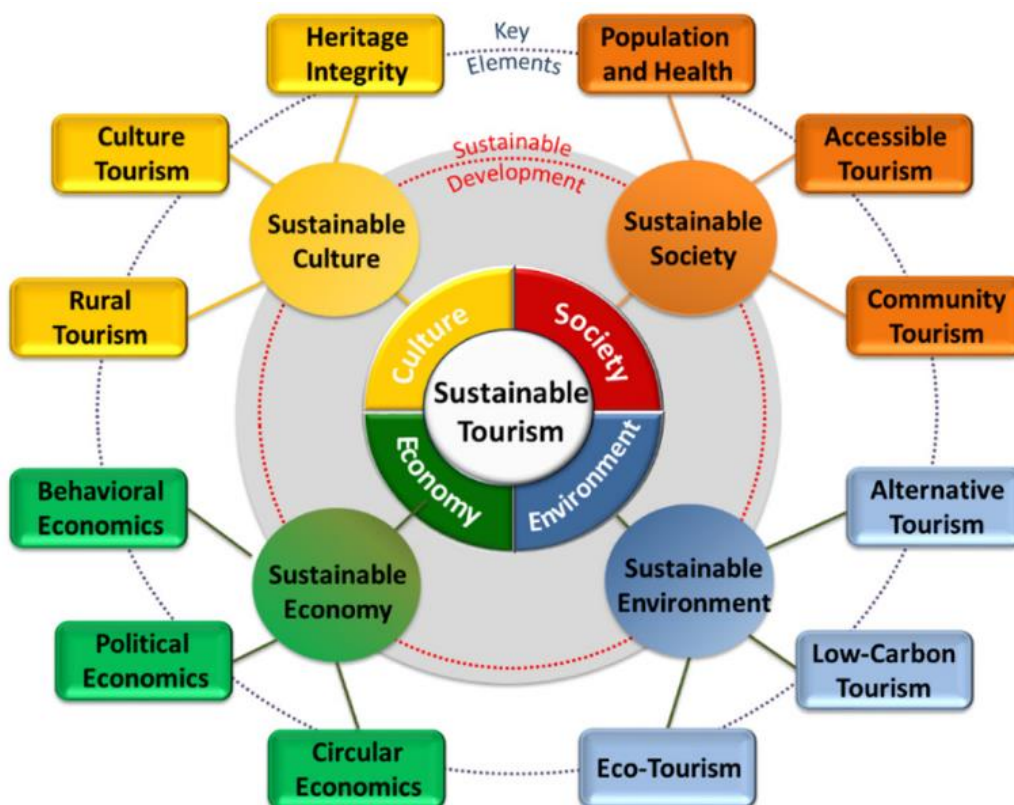


## 2.4 ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด (Indicators) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดคุณค่าหรือคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงสถานภาพหรือผลของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยตัวชี้วัดสามารถบอกทิศทางในการพัฒนา หรือการดำเนินกิจกรรมที่สนใจ ว่าไปถึงจุดใด บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายแค่ไหน และเป็นสารสนเทศที่บ่งบอกถึงสภาวะหรือสภาพการณ์ที่เราสนใจ ซึ่งตัวชี้วัดสามารถสะท้อนถึงข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ที่ต้องการศึกษาโดยรวม ซึ่งตัวชี้วัดทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นได้มีการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์มาหลากหลายผลงานวิชาการ โดยในหัวข้อนี้จะนำเสนอลักษณะของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากกรอบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและจากการการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

### 2.4.1 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations World Tourism Organisation) (UNWTO, 2005) ได้นิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปัจจุบัน และการปกป้องสถานที่ให้แก่เจ้าของสถานที่เพื่ออนาคต และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเสมือนหลักจริยธรรมที่สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญในทุกด้านของการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวแทนที่จะเป็นองค์ประกอบเสริม วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือการรักษาความได้เปรียบทางเศรษฐกิจและสังคมของการพัฒนาการท่องเที่ยวในขณะที่การลดหรือบรรเทาผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม หรือสังคม นี่คือการประสบความสำเร็จ โดยการสมดุลความต้องการของนักท่องเที่ยวกับของปลายทาง ดังนั้น UNWTO (UNWTO, 2005) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 12 มิติ (ดังแสดงในภาพที่ 14)



ภาพที่ 14 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ที่มา: (UNWTO, 2005)

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ได้มีการกล่าวถึงองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สรุปได้ 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเยือน

2) องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยต้องการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนารูรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว

5) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

Choi (Choi & Sirakaya, 2005) ได้นำเสนอองค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 7 ปัจจัยคือ

- 1) ความยั่งยืนทางสังคม (Environment sustainable)
- 2) การรับรู้ถึงต้นทุนทางสังคม (Perceive social cost)
- 3) การรับรู้ถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Perceive economics benefits)
- 4) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Community participation)
- 5) การวางแผนระยะยาว (Long-term planning)
- 6) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Visitors satisfaction)
- 7) ชุมชนเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ (Community-cantered economy)

เว็บไซต์ [sustainabletourism.net](http://sustainabletourism.net) (sustainabletourism.net, 2004) ได้กำหนดคุณลักษณะของ Sustainable tourism ไว้ดังนี้

- 1) มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- 2) สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้นสำหรับคนในท้องถิ่นและเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนที่เป็นโฮสต์ การยกระดับสถานะความเป็นอยู่ของเจ้าบ้าน (เจ้าของสถานที่)
- 3) ปรับปรุงสภาพการทำงานและการเข้าถึงอุตสาหกรรม
- 4) การให้ผู้คนในสังคมได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบความเป็นอยู่และวิถีชีวิต
- 5) มีส่วนร่วมในเชิงบวกต่อการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โอบกอดความหลากหลาย

- 6) มอบประสบการณ์ที่สนุกสนานมากขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการเชื่อมต่อที่มีความหมายกับคนในท้องถิ่นและความเข้าใจในประเด็นทางวัฒนธรรมสังคมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นมากขึ้น
- 7) ให้การเข้าถึงสำหรับผู้พิการทางร่างกาย
- 8) วัฒนธรรมอ่อนไหวส่งเสริมการเคารพระหว่างนักท่องเที่ยวและโฮสต์ และสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นใจในท้องถิ่น

#### 2.4.1.1 เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC)

อพท. ได้นำเสนอหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria for Destination: GSTC) คือ ความพยายามที่จะสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นแนวทางขั้นพื้นฐานที่หน่วยงานที่รับผิดชอบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนสามารถถือปฏิบัติได้ และเพื่อจะตอบสนองคำนิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แหล่งท่องเที่ยวจะต้องบริหารจัดการอย่างบูรณาการและมองภาพรวมที่ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ คือ 1) การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน 2) เพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม-เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น 3) เพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว และ 4) เพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม โดยหลักเกณฑ์นี้ได้รับการออกแบบให้สามารถประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทและทุกขนาด โดยการพัฒนาหลักเกณฑ์ดังกล่าว เป็นหนึ่งในการตอบสนองความท้าทายระดับโลกตามเป้าหมายการพัฒนาขององค์การสหประชาชาติ (United Nations' Millennium Development Goals) การแก้ไขปัญหาความยากจน ความเท่าเทียมทางเพศสภาพ และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ถือเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับการพูดถึงในหลักเกณฑ์ดังกล่าวนี้

หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) ดำเนินการโดย Global Sustainable Tourism Council ความคาดหวังในการนำหลักเกณฑ์นี้ไปใช้โดยองค์กรที่รับผิดชอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีดังนี้

- เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมุ่งหน้าสู่ความยั่งยืน
- ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจในแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- ช่วยให้สื่อมวลชนสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารต่อสาธารณชนเรื่องแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างชัดเจน

- ช่วยให้โปรแกรมการรับรองคุณภาพในแต่ละที่มีมาตรฐานในการพัฒนาหลักเกณฑ์

- ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ NGOs สามารถมีแนวทางการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับการอบรมและพัฒนาบุคลากร เช่น มหาวิทยาลัย เป็นต้น

หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) นี้ ประกอบด้วย 4 หมวด 41 องค์กรประกอบและ 105 ตัวชี้วัด คือ

หมวดที่ 1) A ว่าด้วยเรื่องของการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหมวดนี้ประกอบด้วย 14 องค์กรประกอบ และ 43 ตัวชี้วัด

หมวดที่ 2) B ว่าด้วยเรื่องของการเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบ ทางสังคม-เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์กรประกอบ 21 ตัวชี้วัด

หมวดที่ 3) C ว่าด้วยเรื่องของการเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบ ทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์กรประกอบ และ 13 ตัวชี้วัด

หมวดที่ 4) D ว่าด้วยเรื่องของการเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย 12 องค์กรประกอบ และ 28 ตัวบ่งชี้

(ดังแสดงในตารางที่ 7) ต่อไปนี้

ตารางที่ 7 หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC)

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<b>A1 แผนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว</b>  แหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินตามกลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยว ตลอดจนพิจารณาจาก สภาพสิ่งแวดล้อม	IN-A1.a. มีแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของการท่องเที่ยว และครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คุณภาพสุขอนามัย และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว
	IN-A1.b. มีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน และ

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คุณภาพ สุขอนามัย ความปลอดภัย และความ คงงามตามธรรมชาติอันเกิดจากความ ร่วมมือของประชาชน	เปิดเผยต่อสาธารณะ
	IN-A1.c. มีแผนยุทธศาสตร์ที่ได้รับการพัฒนา อย่างมีส่วนร่วมจากประชาชน
	IN-A1.d. มีการสนับสนุนจากภาคการเมืองใน การแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ และมีหลักฐาน ของการนำไปปฏิบัติ
<b>A2 องค์กรจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b> แหล่งท่องเที่ยวมีตัวแทน หรือกลุ่ม ประสิทธิภาพอันมาจากส่วนภาครัฐและ เอกชน โดยตัวแทนหรือกลุ่มตัวแทน ดังกล่าวมีความรับผิดชอบในการบริหาร จัดการสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม	IN-A2.a. มีองค์กรที่รับผิดชอบ การ ประสานงานสำหรับการจัดการการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน
	IN-A2.b. มีการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และ ภาคประชาชนในองค์กรดังกล่าว และการ ประสานงานด้านการท่องเที่ยว
	IN-A2.c. มีองค์กรด้านการท่องเที่ยวที่มีขนาด และขอบเขตการดำเนินการเหมาะสมกับแหล่ง ท่องเที่ยว
	IN-A2.d. มีบุคลากรขององค์กรที่ได้รับ มอบหมายความรับผิดชอบสำหรับการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	IN-A2.e. มีการสนับสนุนทุนดำเนินการให้กับ องค์กรด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
<b>A3 การติดตามดูแล</b> แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการ ตรวจสอบความคืบหน้า และตอบสนอง ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การ ท่องเที่ยวและสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ระบบ	IN-A3.a. มีการตรวจสอบดูแล และรายงานผล เกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การท่องเที่ยว และสิทธิมนุษยชน ต่อสาธารณะ
	IN-A3.b. มีการทบทวนและประเมินผลของ ระบบตรวจสอบดูแลเป็นประจำ

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
การตรวจสอบดูแลดังกล่าวจะต้องได้รับการประเมินอย่างสม่ำเสมอ	IN-A3.c. มีการสนับสนุน และการดำเนินการตามแนวทางการป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยว
<b>A4 การจัดการท่องเที่ยวตามฤดูกาล</b> แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการท่องเที่ยวตามฤดูกาลให้เหมาะสมกับความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งแวดล้อมของชุมชน	IN-A4.a. มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนสำหรับส่งเสริมการตลาดของกิจกรรมนอกฤดูกาลเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี
<b>A5 การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ</b> แหล่งท่องเที่ยวมีระบบป้องกันความเสี่ยงอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้จะต้องมีการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพ ภูมิอากาศให้กับผู้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	IN-A5.a. มีระบบประเมินความเสี่ยงและการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ
	IN-A5.b. มีกฎหมายหรือนโยบายบรรเทาและส่งเสริม ให้มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ
	IN-A5.c. มีแผนงานให้ความรู้ความเข้าใจกับผู้คนใน ท้องถิ่น สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพ ภูมิอากาศ
<b>A6 คลังข้อมูลสถานที่และทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว</b> แหล่งท่องเที่ยวควรมีการประเมินสถานที่ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ยังคงอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม	IN-A6.a. มีคลังข้อมูลและการจำแนกสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม
<b>A7 การปฏิบัติตามกฎระเบียบ</b>	IN-A7.a. มีกฎระเบียบ ข้อกำหนด และนโยบายสำหรับการวางแผนและจัดโซนเพื่อ

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<p><b>ข้อกำหนดและหรือนโยบาย</b></p> <p>แหล่งท่องเที่ยวมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อกำหนด และหรือนโยบายต่าง ๆ เพื่อรักษาพื้นที่และสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กฎระเบียบ ข้อกำหนด และนโยบายดังกล่าวนี้ถูกใช้เพื่อรักษาพื้นที่ทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ โดยมาจากการเสนอความคิดเห็นจากสาธารณชน และมีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้อย่างทั่วถึง</p>	<p>ปกป้องทรัพยากร ทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม</p>
	<p>IN-A7.b. มีกฎระเบียบ ข้อกำหนด และนโยบาย สำหรับการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างยั่งยืน การ ออกแบบ ก่อสร้างและรื้อถอนสิ่งปลูกสร้าง</p>
	<p>IN-A7.c. มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของ ผู้คน ในท้องถิ่นในการกำหนดกฎระเบียบ ข้อกำหนด และนโยบายดังกล่าว</p>
<p><b>A8 สถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคน</b></p> <p>สถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องอำนวยความสะดวกให้กับบุคคลทุพพลภาพ หรือผู้มีข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย ทั้งนี้ เพื่อให้พวกเขา</p>	<p>IN-A8.a. มีนโยบายส่งเสริมการอำนวยความสะดวกให้กับบุคคลทุพพลภาพ หรือที่มีข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกายให้สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างเหมาะสม</p>
	<p>IN-A8.b. มีการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับบุคคลทุพพลภาพที่ต้องคำนึงถึงความกลมกลืนกับสถานที่ท่องเที่ยว</p>
<p><b>A9 กฎหมายและข้อบังคับการดำรงรักษาไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว</b></p> <p>กฎหมายและข้อบังคับ การสืบเนื่องมาจากการดำรงรักษาไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีผลบังคับใช้อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ หากมีการออกแบบเปลี่ยนแปลง ก่อสร้าง ในสถานที่ดังกล่าว จะต้องมีการแจ้งให้ผู้รับผิดชอบดูแล</p>	<p>IN-A9.a. มีนโยบายหรือกฎหมายเพื่อการดำรงรักษาไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว</p>
	<p>IN-A9.b. มีนโยบายหรือกฎหมายที่คำนึงถึงสิทธิของผู้คนในท้องถิ่นและรับประกันว่าการกระทำใดๆ ที่มีผลให้เกิดการโยกย้ายที่อยู่ต้องผ่านการรับฟังความคิดเห็น ยินยอม และมีการจ่ายค่าชดเชยอย่างเหมาะสม</p>



หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
ทราบล่วงหน้าเท่านั้น	
<b>A10 การตรวจสอบและรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว</b> แหล่งท่องเที่ยวควรมีการตรวจสอบและรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ด้วย หากมีประเด็นใดที่ควรแก้ไขหรือปรับปรุง ควรทำทันทีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด	IN-A10.a. มีการเก็บรวบรวม และรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว
	IN-A10.b. มีระบบแก้ไข และปรับปรุงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากข้อมูลที่ได้รับ
<b>A11 การสนับสนุนหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในธุรกิจ</b> แหล่งท่องเที่ยวให้การสนับสนุนหลักเกณฑ์การ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ตามนโยบายของ GSTC ทั้งนี้ควรมีการจัดทำรายชื่อบริษัทที่ได้รับจากการ รับรองและได้มาตรฐานเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสาธารณชน	IN-A11.a. มีระบบการรับรองความยั่งยืน หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
	IN-A11.b. มีระบบการรับรองความยั่งยืนหรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปตามเกณฑ์ของ GSTC
	IN-A11.c. มีการติดตามผลการดำเนินการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมระบบการรับรองความยั่งยืนหรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
	IN-A11.d. มีการจัดทำรายชื่อบริษัทประกอบการที่ได้รับการรับรอง และได้มาตรฐานเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสาธารณชน
<b>A12 ระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย</b> แหล่งท่องเที่ยวควรจัดตั้งระบบการสอดส่องดูแล ป้องกัน และรายงานต่อสาธารณชนในเรื่องอาชญากรรม การรักษาความปลอดภัย และอันตรายที่อาจเกิด	IN-A12.a. มีการตรวจสอบระบบป้องกันอัคคีภัยความสะอาดของอาหาร และความปลอดภัยของ ระบบไฟฟ้าในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
	IN-A12.b. มีจุดระวังภัย เช่น จุดปฐมพยาบาลที่ชายหาดและสถานที่ท่องเที่ยว

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
ต่อร่างกาย	IN-A12.c. มีระบบป้องกันภัย และตอบโต้ อาชญากรรม
	IN-A12.d. มีระบบให้ใบอนุญาตรถแท็กซี่ที่ กำหนดให้มีการแจ้งราคา และจุดจอดรับ ผู้โดยสาร ณ จุดที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้า มาถึงอย่างชัดเจน
<b>A13 การตอบรับต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน</b>  แหล่งท่องเที่ยวควรมีการวางแผนเพื่อ ตอบรับต่อวิกฤตการณ์ หรือสถานการณ์ ฉุกเฉินต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ในสถานที่ ที่อยู่ในความรับผิดชอบ มีการชี้แจงใน ประเด็นที่สำคัญให้แก่ผู้ที่อยู่อาศัย ตลอดจนนักท่องเที่ยวและธุรกิจต่างต้อง ได้รับทราบ ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติ ตน ต้องมีการกำหนดแผนเพื่อนำไปสู่การ ฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยว และผู้พำนักอาศัย	IN-A13.a. มีแผนรับมือวิกฤตการณ์ และ สถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในการ ท่องเที่ยว
	IN-A13.b. มีบุคลากร และงบประมาณในการ ดำเนินการตามแผนรับมือวิกฤตการณ์ และ สถานการณ์ฉุกเฉิน
	IN-A13.c. มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น จากภาคการท่องเที่ยวในการจัดทำแผนรับมือ วิกฤตการณ์และสถานการณ์ฉุกเฉิน และมี แนวทางสื่อสารหากเกิดวิกฤตการณ์ และ สถานการณ์ฉุกเฉิน
	IN-A13.d. มีการฝึกอบรมแผนรับมือ วิกฤตการณ์และสถานการณ์ฉุกเฉินให้กับ เจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยว และผู้พำนักอาศัย
<b>A14 การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร</b>  การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ควรดำเนินการให้เหมาะสมกับแหล่ง ท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์/สินค้าที่จัดจำหน่าย ตลอดจนบริการต่าง ๆ ที่จัดอยู่ในพื้นที่ ท่องเที่ยว ทั้งนี้ ข่าวสารและการ ประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอจะต้องให้การ	IN-A14.a. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ที่เคารพและให้เกียรติกับชุมชนในพื้นที่
	IN-A14.b. มีการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า และบริการที่จัดจำหน่ายในพื้นที่ท่องเที่ยว

หมวด A: การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
สนับสนุน ให้ความเคารพ และให้เกียรติกับชุมชนในพื้นที่	

หมวด B ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<b>B1 การติดตามผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ</b>  สภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมจะต้องได้รับการจัดบันทึกและรายงานต่อสาธารณชนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง หมายถึงรวมถึงจำนวนการใช้จ่ายของผู้ที่มาท่องเที่ยว รายรับต่อห้องพัก อัตราการจ้างงานตลอดจนข้อมูลการลงทุน	IN-B1.a. มีการติดตาม และรายงานข้อมูลการใช้จ่ายของผู้ที่มาท่องเที่ยว รายรับต่อห้องพัก อัตราการจ้างงาน และข้อมูลการลงทุนเป็นประจำ
	IN -B 1 .b . มีการติดตาม และรายงานผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
<b>B2 โอกาสในการประกอบอาชีพของคนท้องถิ่น</b>  โอกาสในการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น บริษัทต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องให้โอกาสการจ้างงานการฝึกอบรมแก่คนในท้องถิ่นรวมทั้งความปลอดภัยในการทำงานอย่างเท่าเทียมกัน	IN-B2.a. มีกฎหมายหรือนโยบายสนับสนุนโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียมกัน สำหรับผู้หญิง เยาวชน บุคคลทุพพลภาพ ชนชาติพันธุ์ และประชากรกลุ่มด้อยโอกาสอื่น ๆ
	IN-B2.b. มีแผนงานการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับผู้หญิง เยาวชน บุคคลทุพพลภาพ ชนชาติพันธุ์ และประชากรกลุ่มด้อยโอกาสอื่น ๆ
	IN-B2.c. มีกฎหมายหรือนโยบายสนับสนุนความปลอดภัยในการทำงานอย่างเท่าเทียมกัน
	IN-B2.d. มีกฎหมายและนโยบายสนับสนุนการ

หมวด B ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
	ให้ ค่าจ้างที่เป็นธรรมกับผู้หญิง เยาวชนบุคคล ทุพพลภาพ ชนชาติพันธุ์ และประชากรกลุ่มด้อย โอกาสอื่น ๆ
<b>B3 การมีส่วนร่วมในสังคม</b>  การมีส่วนร่วมในสังคมแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีระบบ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของคนในสังคมในกระบวนการวางแผน เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและการ ตัดสินใจในระยะยาว	IN-B3.a. มีระบบการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียสาธารณชน และชุมชนในการวางแผน และตัดสินใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
	IN-B3.b. มีการประชุมเกี่ยวกับประเด็นด้าน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดกว้างแก่ สาธารณชนเป็นประจำทุกปี
<b>B4 ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น</b>  ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น ความคิดเห็นและความพึงพอใจของ ชุมชนท้องถิ่นต่อการบริหารแหล่ง ท่องเที่ยว จะต้องได้รับการจัดบันทึก อย่างสม่ำเสมอ และรายงานต่อ สาธารณะในเวลาอันสมควร	IN-B4.a. มีการเก็บรวบรวมข้อมูล บันทึก ติดตาม และรายงานผลต่อสาธารณชนเกี่ยวกับ ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้คนใน ท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
	IN-B4.b. มีการเก็บรวบรวมข้อมูล บันทึก ติดตาม และรายงานผลอย่างสม่ำเสมอใน ระยะเวลาที่เหมาะสม
<b>B5 การเข้าถึงพื้นที่ของคนในท้องถิ่น</b>  แหล่งท่องเที่ยวจะต้องควบคุม ป้องกันและฟื้นฟูการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ของคนในท้องถิ่น เพื่อให้ไม่ทำให้สถานที่ ท่องเที่ยวเกิดการบุงกรุกหรือถูกทำลาย	IN-B5.a. มีแผนงานในการติดตาม ป้องกัน และฟื้นฟูให้ผู้คนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทาง วัฒนธรรม
	IN-B5.b. มีการสอดส่องพฤติกรรม และ ลักษณะของผู้ที่มาเที่ยวภายในชุมชนใน ประเทศ และต่างประเทศในสถานที่ท่องเที่ยว
<b>B6 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว</b>  แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดการให้ ความรู้แก่ชุมชนเพื่อ เพิ่มความเข้าใจ	IN-B6.a. มีแผนงานการสร้างความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับบทบาทโอกาส ความท้าทาย และความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในชุมชน โรงเรียน และสถาบันอุดมศึกษา

หมวด B ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
เกี่ยวกับโอกาส ความท้าทายของการท่องเที่ยวและความสำคัญของความยั่งยืน	
<b>B7 การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ชอบธรรม</b>  แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีกฎหรือวิธีการปฏิบัติที่ป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ชอบธรรม หรือเป็นการคุกคามผู้อื่นไม่ว่าโดยวิธีการใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับเด็กและสตรี กฎหมายและวิธีปฏิบัตินี้จะต้องประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน	IN-B7.a. มีกฎหมายและแผนงานป้องกันการแสวงหาประโยชน์โดยไม่ชอบทางการค้าทางเพศ การเอาเปรียบ การกีดกันหรือการคุกคามต่อผู้คนในท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยว
	IN-B7.b. มีการประกาศกฎหมายและแผนงานป้องกันให้ทราบโดยทั่วกัน
<b>B8 การสนับสนุนชุมชน</b>  การสนับสนุนชุมชน แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบที่ส่งเสริมบริษัทต่าง ๆ นักท่องเที่ยว และสาธารณชนให้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนชุมชน และการเริ่มต้น โครงการต่าง ๆ อย่างยั่งยืน	IN-B8.a. มีแผนงานให้บริษัท นักท่องเที่ยว และสาธารณชนมีส่วนร่วมในการบริจาคสนับสนุนชุมชนการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และโครงการริเริ่มพัฒนาต่าง ๆ อย่างยั่งยืน
<b>B9 การสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นและการค้าโดยชอบธรรม</b>  แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบที่สนับสนุนท้องถิ่นบริษัทขนาดเล็ก และขนาดกลาง รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาความยั่งยืนของสินค้าท้องถิ่นโดยยึดหลักสำคัญของการค้าโดยชอบธรรมที่มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายรวมถึงอาหาร	IN-B9.a. มีแผนงานสนับสนุนการเริ่มต้นและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน บริษัทขนาดเล็ก และขนาดกลาง
	IN-B9.b. มีแผนงานส่งเสริมให้สถานประกอบการซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น
	IN-B9.c. มีแผนงานที่ส่งเสริม และพัฒนาความยั่งยืนของสินค้าท้องถิ่นที่มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
	IN-B9.d. มีแผนงานในส่งเสริมให้กลุ่มงานฝีมือ

หมวด B ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
และเครื่องดื่มน งานฝีมือ ศิลปะการแสดง และสินค้าทางการเกษตร เป็นต้น	เกษตรกร และผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

หมวด C ผลกระทบทางวัฒนธรรม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<b>C1 การปกป้องดูแลสถานที่ท่องเที่ยว</b> แหล่งท่องเที่ยวต้องมีนโยบายและระบบในการวัดผลการฟื้นฟูรักษา ธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงมรดกสิ่งปลูกสร้าง (เชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี) และทัศนียภาพทั้งในเมืองและชนบท	IN-C1.a. มีระบบจัดการเพื่อคุ้มครองสถานที่ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้งมรดกสิ่งปลูกสร้างเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี และทัศนียภาพทั้งในเมืองและชนบท
	IN-C1.b. มีระบบจัดการเพื่อติดตาม วัดผล และบรรเทาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว
<b>C2 การจัดการนักท่องเที่ยว</b> การจัดการนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบในการจัดการนักท่องเที่ยวสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หมายรวมถึงมาตรการในการรักษาป้องกัน และพัฒนา สมบัติทางธรรมชาติและวัฒนธรรม	IN-C2.a. มีกลไกการบริหาร และจัดการนักท่องเที่ยวตามแผนการรักษา และพัฒนาสมบัติทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม
<b>C3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว</b> พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะต้องตีพิมพ์ คู่มือการปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยวสถานที่ที่มีผลต่อความรู้สึกด้านจิตใจและความศรัทธา (Sensitive Sites) เช่น วัดวาอาราม เป็นต้น คู่มือดังกล่าวจะสร้างความเข้าใจและ	IN-C3.a. มีคู่มือการปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ที่ผลต่อความรู้สึกด้านจิตใจและความศรัทธา
	IN-C3.b. มีแนวปฏิบัติสำหรับผู้มาเที่ยว

หมวด C ผลกระทบทางวัฒนธรรม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
ช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่จะตามมาตลอดจนเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมที่ดีจากนักท่องเที่ยว	
<b>C4 การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม</b> การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีกฎหมายเกี่ยวกับการค้า การแลกเปลี่ยน การจัดการแสดงและการให้ของขวัญที่เกี่ยวข้องกับโบราณวัตถุ และวัตถุทางประวัติศาสตร์	IN-C4.a. มีกฎหมาย และข้อกำหนดเพื่อคุ้มครองโบราณวัตถุ และวัตถุทางประวัติศาสตร์ทั้งที่อยู่บนดินและในน้ำที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด
	IN-C4.b. มีแผนงานเพื่ออนุรักษ์ และเชิดชูมรดกทาง วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (เช่น เพลง ดนตรี การละคร ทักษะ และฝีมือ)
<b>C5 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว</b> จัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปลไว้ อย่างถูกต้อง ซึ่งจัดเตรียมไว้ในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมต่าง ๆ ข้อมูลที่เตรียมไว้ต้องเป็นข้อมูลที่เหมาะสมในเชิงวัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชน และมีการประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว	IN-C5.a. มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปลจัดเตรียมไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว และในสำนักงานการท่องเที่ยว
	IN-C5.b. มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปล อย่างเหมาะสมในเชิงวัฒนธรรม
	IN-C5.c. มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปลที่เกิดจากการพัฒนาขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชน
	IN-C5.d. มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปลในภาษาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว
	IN-C5.e. มีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เรื่องข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวฉบับแปล
<b>C6 ทรัพย์สินทางปัญญา</b> แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบในการสร้างการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวกับการป้องกัน และการวางแผนทรัพย์สินทางปัญญา	IN-C6.a. มีกฎหมาย ข้อกำหนด หรือแผนงาน เพื่อป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน และบุคคล

หมวด D ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<b>D1 ความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อม</b> แหล่งท่องเที่ยวควรมีการระบุความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อมและระบบในการแก้ปัญหาความเสี่ยงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	IN-D1.a. มี การประเมินความยั่งยืน ของแหล่งท่องเที่ยวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพื่อระบุความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อม
	IN-D1.b. มีระบบในการแก้ไขปัญหาความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้
<b>D2 การปกป้องระบบนิเวศที่มีความเปราะบาง</b> แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการควบคุมและดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งการรักษาถิ่นที่อยู่อาศัย พันธุ์สัตว์ ระบบนิเวศ และการป้องกันการแพร่ระบาดของแมลงและโรคต่าง ๆ	IN-D2.a. มีคลังข้อมูลที่อยู่อาศัยและพันธุ์สัตว์ และพืชหายากที่เสี่ยงต่อการถูกคุกคามที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย
	IN-D2.b. มีระบบการจัดการที่ติดตามผลกระทบและคุ้มครองที่อยู่อาศัย พันธุ์สัตว์ และพืช และระบบนิเวศน์
	IN-D2.c. มีระบบป้องกันการแพร่ระบาดของสัตว์ แมลงและโรคต่าง ๆ จากภายนอกพื้นที่
<b>D3 การปกป้องสิ่งมีชีวิตในป่า</b> แหล่งท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายประจำชาติ และกฎหมายระหว่างประเทศในการเก็บเกี่ยว การล่า การแสดง และการค้าสิ่งมีชีวิตจากป่า รวมทั้งพันธุ์ไม้และพันธุ์สัตว์	IN-D3.a. มีการรับรองอนุสัญญา CITES ว่าด้วยการค้า พันธุ์สัตว์และพันธุ์พืชหายากข้ามพรมแดน
	IN-D3.b. มีข้อบังคับและมาตรฐานสำหรับควบคุมการเก็บเกี่ยว การล่า การแสดง และการค้าสิ่งมีชีวิตจากป่า
<b>D4 ปรากฏการณ์เรือนกระจก</b> แหล่งท่องเที่ยวจะต้องส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ตรวจสอบวัดดูแล และลดระดับปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์เป็นสาเหตุของปรากฏการณ์เรือนกระจกให้น้อยลง ทั้งนี้	IN-D4.a. มีแผนงานที่ส่งเสริมให้สถานประกอบการตรวจวัด ดูแล ลดระดับ และรายงานการปล่อยก๊าซ เรือนกระจกต่อสาธารณชน
	IN-D4.b. มีระบบช่วยเหลือให้สถาน



หมวด D ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
จากทุกภาคส่วนของการปฏิบัติงานพร้อมรายงานผลต่อสาธารณะรวมถึงการปล่อยควันทoxicจากผู้ให้บริการด้วย	ประกอบการสามารถบรรเทาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
<b>D5 การประหยัดพลังงาน</b> แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ตรวจวัด ดูแล ลดการใช้พลังงาน และรายงานต่อสาธารณะ รวมทั้งลดการใช้พลังงานจากแร่ธาตุธรรมชาติ	IN-D5.a. มีแผนงานประหยัดพลังงานที่ส่งเสริมให้สถานประกอบการตรวจวัด ดูแล ลดการใช้พลังงาน และรายงานผลต่อสาธารณชน
	IN-D5.b. มีนโยบายและแรงจูงใจให้มีการลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และเพิ่มการใช้งานเทคโนโลยีจากพลังงานหมุนเวียน
<b>D6 การจัดการน้ำ</b> แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ตรวจวัด ดูแล ลดการใช้น้ำและรายงานต่อสาธารณะ	IN-D6.a. มีแผนงานที่ส่งเสริมให้สถานประกอบการตรวจวัด ดูแล ลดการใช้น้ำและรายงานผลต่อสาธารณชน
<b>D7 การควบคุมการใช้น้ำ</b> แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบดูแลทรัพยากรน้ำเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทต่าง ๆ ใช้น้ำในปริมาณที่พอเหมาะกับความต้องการของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	IN-D7.a. มีระบบการจัดการให้ปริมาณการใช้น้ำของสถานประกอบการมีความเหมาะสมกับความต้องการน้ำของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว
<b>D8 คุณภาพน้ำ</b> แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบดูแลคุณภาพน้ำดื่ม โดยใช้มาตรฐานคุณภาพน้ำ และรายงานต่อสาธารณะ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสามารถจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นได้ตาม	IN-D8.a. มีระบบการจัดการเพื่อควบคุมคุณภาพน้ำดื่ม และน้ำเพื่อนันทนาการ และรายงานต่อสาธารณชน
	IN-D8.b. ผลการควบคุมคุณภาพน้ำดื่มและน้ำเพื่อนันทนาการได้รับการรายงานสู่สาธารณะ
	IN-D8.c. มีระบบที่สามารถแก้ไขปัญหา

หมวด D ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
เวลาที่เหมาะสม	คุณภาพน้ำได้อย่างทันท่วงที
<b>D9 น้ำเสีย</b>  แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีคู่มือที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพิกน้ำเสีย การรักษาสภาพน้ำ และการทดสอบน้ำที่ถูกระบายออกจากท่อระบายน้ำ เพื่อให้แน่ใจว่าน้ำเสียเหล่านั้นได้ถูกบำบัดและนำมาใช้ใหม่หรือถูกปล่อยออกไปโดยมีผลกระทบต่อประชากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด	IN-D9.a. มีข้อกำหนดเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสีย มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งจากที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด
	IN-D9.b. มีข้อกำหนดเกี่ยวกับขนาดและประเภทของการบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสมกับแหล่งกำเนิดที่ได้รับการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด
	IN-D9.c. มีแผนงานส่งเสริมให้สถานประกอบการบำบัดและนำน้ำเสียที่บำบัดแล้วมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม
	IN-D9.d. มีโปรแกรมในการบำบัดและนำน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการแล้วมาใช้ใหม่อย่างเหมาะสม หรือปล่อยน้ำทิ้งโดยให้มีผลกระทบต่อประชาชนและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
<b>D10 การลดปริมาณขยะ</b>  แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ลดจำนวนขยะ การแปรรูปขยะ และนำกลับมาใช้ใหม่ และขยะที่เหลือสามารถนำมาแปรรูปหรือกลับมาใช้ใหม่จะต้องได้รับการกำจัดอย่างปลอดภัยและยั่งยืน	IN-D10.a. มีระบบการเก็บรวบรวมขยะที่บันทึกปริมาณขยะที่เกิดขึ้น
	IN-D10.b. มีการนำแผนการจัดการขยะไปปฏิบัติ โดยมีเป้าหมายการลดปริมาณขยะที่ชัดเจน และมีแนวทางในการนำขยะไปกำจัดอย่างปลอดภัย
	IN-D10.c. มีแผนงานส่งเสริมให้สถานประกอบการลดและนำเศษวัสดุกลับมาใช้ประโยชน์
	IN-D10.d. มีแผนงานลดการใช้น้ำดื่มบรรจุขวดของสถานประกอบการและนักท่องเที่ยว

หมวด D ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
หลักเกณฑ์	ตัวชี้วัด
<b>D11 มลภาวะทางแสงและเสียง</b> แหล่งท่องเที่ยวควรมีคู่มือและกฎ ข้อบังคับในการลดมลภาวะทางแสงและ เสียงและส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ปฏิบัติ ตาม	IN-D11.a. มีกฎระเบียบและข้อกำหนดเพื่อ ลดมลภาวะทางแสงและเสียง
	IN-D11.b. มีแผนงานส่งเสริมให้สถาน ประกอบการ ปฏิบัติตามกฎหมายและ ข้อบังคับในการลดมลภาวะทางแสงและเสียง
<b>D12 การขนส่งที่มีผลกระทบต่ำ</b> แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบใน การส่งเสริมให้เพิ่มการใช้ระบบขนส่งที่มี ผลกระทบต่ำ รวมถึงการใช้ระบบการ ขนส่งสาธารณะและระบบขนส่งที่ไม่ต้อง ใช้พลังงานเช่น การเดิน หรือการปั่น จักรยาน	IN-D12.a. มีแผนงานในการเพิ่มระบบขนส่งที่ มีผลกระทบต่ำ
	IN-D12.b. มีแผนงานที่ส่งเสริมให้สถานที่ ท่องเที่ยวสนใจการสนับสนุนการเดินทางที่ไม่ ต้องใช้พลังงานเช่น การเดิน หรือการปั่น จักรยาน

อย่างไรก็ตาม การใช้เกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามที่ได้นำเสนอมาข้างต้น  
 นี้ ทาง อพท. ได้มีการแนะนำว่าให้ใช้หลักเกณฑ์ทั้งหมดในการนำไปปฏิบัติ นอกเหนือจากในบางกรณี  
 ที่หลักเกณฑ์ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้โดยมีเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น ข้อจำกัดของข้อปฏิบัติของทอง  
 ถิ่นนั้นหรือเงื่อนไขทางสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ หรือวัฒนธรรม ในกรณีของแหล่งท่องเที่ยวหรือ  
 ชุมชนขนาดเล็ก ทรัพยากรที่จำกัดอาจจะทำให้ไม่สามารถประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ได้ทั้งหมด นอกจากนี้  
 เกณฑ์ดังกล่าวได้รับการพัฒนาโดยอ้างอิงจากหลักเกณฑ์ของ UNWTO และ Global Sustainable  
 Tourism council ซึ่งหลาย ๆ หลักเกณฑ์ยังไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับบริบทของการท่องเที่ยว  
 สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย

## 2.4.2 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้มีการศึกษาและนำเสนอปัจจัย/องค์ประกอบไว้หลากหลาย เช่น Richard (Richards, 2009) ได้นำเสนอว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ประกอบด้วย

1) ต้องมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้นำเสนอศักยภาพทางด้านความคิดสร้างสรรค์ (offers visitors the opportunity to develop their creative potential)

2) จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวต้องมีกิจกรรมส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์ประสบการณ์ในการออกแบบ “คุณลักษณะ” (destination itself needs to become more creative in designing ‘characteristic’ experience)

UNESCO (UNESCO, 2006) ได้นำเสนอลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) เปิดให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่แท้จริงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในศิลปะมรดกหรือลักษณะพิเศษของสถานที่ (engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place) และ 2) ให้การเชื่อมโยงกับผู้ที่เข้ามาอยู่อาศัยและเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์วัฒนธรรมการใช้ชีวิต (provides a connection with those who reside in this place and create this living culture) นอกจากนี้ Richards and Wilson (Richards & Wilson, 2008) ได้นำเสนอลักษณะ/คุณสมบัติของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

1) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Involving tourists in the creative life of the destination)

2) มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม (Using existing resources)

3) มีการส่งเสริมเอกลักษณ์และความโดดเด่น (strengthening identity and distinctiveness)

4) ส่งเสริมการแสดงออก/การค้นพบ (self-expression/discovery)

5) Edutainment – การศึกษาเพื่อการตระหนักรู้ในตนเองและความบันเทิง (edutainment’ – education as self-realization and entertainment)

6) สร้างบรรยากาศให้แก่สถานที่ (‘atmosphere’ for places)

7) การสร้างและฟื้นฟูสถานที่ (recreating and reviving places)

และในการประชุมนานาชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่ได้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 9-10 ธันวาคม พ.ศ.2553 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และในวันที่ 20 ตุลาคม 2554 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ได้มีการกำหนดคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural engagement/Cultural experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/deep meaning/understanding of the specific cultural of the place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creating tourism experience)
8. ความจริงแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/genuine experience)
9. จดจำ ประทับใจ เข้าใจ (Memorable/I hear and I forget/I see and I remember, I do and I understand)
10. การท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง (Tailor-made approach)

นอกจากนี้ Dootsi et al. (Doosti, Hassan Zaal, & Lasbuie, 2017) ได้สรุปองค์ประกอบตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ดังนี้

- 1) มีปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม (Cultural interaction)
- 2) การเป็นหุ้นส่วนที่ปรึกษา (Advisory partnership)
- 3) เป็นลักษณะความร่วมมือ-มีความร่วมมือในครอบครัว (Sense of co: operation and family cooperation)
- 4) สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์ (Learning and interaction in the environment)
- 5) มีกิจกรรมการเรียนรู้และโต้ตอบกับผู้คน (Learning and interacting with people)
- 6) มีกิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการบริการ (Learning and engaging in services)
- 7) มีความคิดและอุดมการณ์ (Thoughts and ideologies)
- 8) มีการบูรณาการทางวัฒนธรรม (Integration of Cultures)

- 9) มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility)
- 10) มีการสร้างประสบการณ์การสร้างสรรค์ (Creative experience)
- 11) มีการรับรู้ (Awareness)

Tiyaphipat (Tiyaphipat, 2017) ได้นำเสนอองค์ประกอบของ Creative Tourism ว่าประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัดดังนี้

1. พัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (It was developed from cultural tourism)
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น (tourist resources had outstanding in culture)
3. เป็นวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันหรือถูกสร้างขึ้นใหม่ (It was the culture that existed in daily life or was newly built)
4. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชนในด้านศิลปะมรดกทางวัฒนธรรมหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น (It had learning exchange between tourists and people in the community in terms of art, cultural heritage or the specific features of the areas attraction caused the bond between tourists and the local community)
5. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (The attractions tourism had activities with emphasis on conservation of the environment and local culture)
6. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวดำเนินการและใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง (It had activities for tourists to operate and use their own creative idea)
7. มีกิจกรรมที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์โดยตรงในการเข้าร่วมกับชุมชนมากกว่าเป็นแค่ผู้เยี่ยมชม (It had activities that allowed tourists to have direct experiences of participating with the community rather than as a spectator)
8. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวรวมถึงรับรายได้ (The community managed the tourism, including received income)
9. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม (Community took part in arranging activities)
10. ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบการจัดกิจกรรมเพื่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Community participated in the design of arranging activities for tourists' experiences)

Suddan Wisduthiluck et al. (Suddan Wisudthiluck, Pichet Saiphan, Ornuma Teparakul, & Teera Sindecharak, 2016) ได้นำเสนอองค์ประกอบตัวชี้วัดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ (Area) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัดคือ
  - 1.1 มรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติที่แตกต่าง (Distinct cultural and/or natural heritage)
  - 1.2 เจ้าของกิจกรรมสร้างสรรค์มีความตระหนักต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะเรียนรู้ (Activities owners' awareness heritage and readiness for learning)
2. องค์ประกอบด้านกระบวนการ (Process) ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ
  - 2.1 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม (Cross cultural exchange)
  - 2.2 มีการสร้างประสบการณ์ตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจกรรม (Direct experience between tourist and activity owner)
  - 2.3 มีกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่ (Knowledge transfer process deep understanding of the place)
  - 2.4 มีการส่งเสริมความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนของชุมชน (Promotion of balance economics, social, culture and environmental sustainability of community)
3. คุณลักษณะอื่น ๆ (Other characteristics)
  - 3.1 ความถูกต้องและยั่งยืนของกิจกรรม (Authenticity and sustainability of activity)
  - 3.2 ความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกทางวัฒนธรรม (Ability to present meaning of culture heritage)
  - 3.3 การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (Preservation of culture heritage)
  - 3.4 การประเมินทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ (Appraisal of natural, cultural and human resource)
  - 3.5 การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน (Use of existing resource in community)
  - 3.6 ความรู้สึกของสถานที่ (Sense of place)
  - 3.7 กิจกรรมตลอดทั้งปี (All-year round activity)
  - 3.8 ศักยภาพในการพัฒนาระดับชาติและนานาชาติ (Potential to develop national and international level)

ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561) ได้นำเสนอลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ดังนี้

- 1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
- 2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม(Cross cultural engagement/Cultural experience)
- 3) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/deep meaning/understanding of the specific cultural of the place)
- 4) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands on experience)
- 5) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่านส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences)
- 6) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)
- 7) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ในการสร้างสรรค์ ของตนเอง และมี ส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co creating tourism experience)
- 8) ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต และผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/genuine experience) จดจำประทับใจ, เข้าใจ (Memorable/I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)
- 9) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Trailer made approach)

นอกจากนี้ ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561) ได้นำเสนอตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 28 ตัวชี้วัด ดังแสดงในตารางที่ 8 ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 8** ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
1. การจัดการด้านอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว/ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	1. แหล่งท่องเที่ยวมีความประทับใจเกิดความจดจำต่อผู้พบเห็นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว
	2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และแตกต่างส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีการแต่งกายสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน
	3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีของชุมชนและ



องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
	<p>สามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน</p> <p>4. แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดขอบเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว</p> <p>5. แหล่งท่องเที่ยวมีการรวบรวมและบันทึกเก็บรักษาความรู้ ภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นเอกสาร รูปภาพ มีการเผยแพร่ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบหรือจัดทำเป็นหลักสูตร และส่งเสริมการอนุรักษ์ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้</p> <p>6. แหล่งท่องเที่ยวมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลความพึงพอใจทั้งนักท่องเที่ยว สมาชิก กลุ่มคนในชุมชน และการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง</p>
2. การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	1. กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น
	<p>2. กิจกรรมท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ไม่ทำให้แหล่งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งธรรมชาติ เกิดความเสื่อมโทรม</p> <p>3. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรม วิถีชาวบ้าน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สัมผัสประสบการณ์จริงหรือมีโอกาสที่จะลงมือทำ</p> <p>4. แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดปฏิทินกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบล่วงหน้า</p>
3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว	<p>1. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดตั้งกลุ่มการบริหารงานโดยชุมชน และมีเครือข่าย กลุ่มองค์กรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน</p> <p>2. แหล่งท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน</p>

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
	<p>3. แหล่งท่องเที่ยวมีระบบบัญชี และการเงินที่ชัดเจนโปร่งใส และตรวจสอบได้</p> <p>4. แหล่งท่องเที่ยวมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ ที่มาจากวัตถุดิบ และภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น</p> <p>5. แหล่งท่องเที่ยวมีรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการที่พัก การขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น</p>
<p>4. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และศูนย์บริการข้อมูล</p>	<p>1. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำ อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว</p> <p>2. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระบบของเสีย เช่น การทิ้งขยะ การแยกประเภท การไม่ทิ้งขยะในแหล่งธรรมชาติ และมีข้อตกลงการใช้ทรัพยากรน้ำ มีแนวทางการจัดการเพื่อป้องกันน้ำเสีย</p> <p>3. แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางในการใช้พลังงานอย่างประหยัด หรือการใช้พลังงานทางเลือก หรือพลังงานทดแทน</p> <p>4. ส่วนประกอบของอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ มีความสอดคล้องนักท่องเที่ยว และราคาเหมาะสมโดยมีเมนูท้องถิ่นอย่างน้อยหนึ่งอย่าง</p> <p>5. บริเวณที่พัก บ้าน มีความแข็งแรง สะอาด ปลอดภัย มีอากาศถ่ายเท ตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่รับผิดชอบ</p> <p>6. แหล่งท่องเที่ยวมีอุปกรณ์การท่องเที่ยวจำนวนเพียงพอ มีการตรวจสอบก่อนใช้งาน และมีระบบรักษาความปลอดภัย</p> <p>7. แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์บริการ มีเจ้าหน้าที่ประจำ ที่มีอัธยาศัยดี มีความรู้ สื่อภาษาอังกฤษได้</p> <p>8. ศูนย์บริการ มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ในระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศผ่านเว็บไซต์ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีแผนที่ หรือข้อมูลการเดินทางเข้าถึงชุมชนที่</p>

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
	ชัดเจน
5. บุคลากรและนักสื่อ ความหมายท้องถิ่น	1. แหล่งท่องเที่ยวมีการยกย่องให้เกียรติภูมิปัญญาและ บุคคลตัวอย่างของชุมชน
	2. แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการเป็นนักสื่อความหมายท้องถิ่น
	3. แหล่งท่องเที่ยวมีการให้โอกาสแก่เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส ได้รับประโยชน์และเข้ามามีส่วน ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน
	4. แหล่งท่องเที่ยวมีการอบรมคนในชุมชน พนักงาน ผู้ประกอบการ ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวให้เห็น คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์เป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม

ที่มา: (พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561)

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558b) ได้นำเสนอตัวชี้วัดการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 17 ตัวชี้วัด ดังแสดงในตารางที่ 9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 องค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
ด้าน คุณสมบัติ เชิงพื้นที่	1. มีความโดดเด่นทางมรดกวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ
	2. เป็นกิจกรรมที่ สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่/สะท้อนจิต วิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place/Sense of Place)
	3. มีความจริงแท้ (Authenticity)
ด้าน กระบวนการ	1. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ
	2. ได้รับประสบการณ์ตรงจากเจ้าของพื้นที่
	3. มีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place/Sense of Place)
ด้าน เจ้าของ	1. ความเป็นเจ้าบ้านที่พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำขั้นตอน วิธีการและการถ่ายทอดความหมายของกิจกรรม

กิจกรรม	2. มีความสามารถในการสื่อสารและสามารถสื่อความหมายที่สำคัญของกิจกรรม
	3. มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม
ด้านอื่น ๆ	1. สะท้อนความจริงแท้ ความดั้งเดิม และความยั่งยืนของกิจกรรม
	2. สามารถนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน
	3. พิถีพิถันและธำรงมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น
	4. ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ได้รับการเชิดชูและให้คุณค่า
	5. ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมใช้ทรัพยากรเดิมที่มีอยู่
	6. เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในจิตวิญญาณของพื้นที่ (Sense of Place)
	7. สามารถตอบรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
	8. มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาไปสู่ความร่วมมือในระดับภูมิภาคและสากล

ที่มา: (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558b)

อรอุมา เตพลกุลและคณะ (อรอุมา เตพลกุล et al., 2561) ได้นำเสนอเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 14 ตัวชี้วัด ดังแสดงในตารางที่ 10 ต่อไปนี้

ตารางที่ 10 องค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
ด้านพื้นที่	1. มีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรมชาติ/มรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่
	2. เป็นกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่/สะท้อนจิตวิญญาณของพื้นที่
	3. มีความแท้จริง (Authenticity)
ด้านกระบวนการ	1. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ
	2. ได้รับประสบการณ์ตรงจากเจ้าของพื้นที่
	3. มีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of

	Place/Sense of Place)
ด้านเจ้าของ กิจกรรม	1. ความเป็นเจ้าของบ้านที่พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำขั้นตอน วิธีการถ่ายทอดความหมายของกิจกรรม
	2. มีความสามารถในการสื่อสารและสามารถสื่อความหมายที่สำคัญ ของกิจกรรม
	3. มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม
ด้านการ บริหารจัดการ	1. มีความเหมาะสมในการจัดพื้นที่/อุปกรณ์
	2. มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม
	3. มีความเหมาะสมในด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม
ด้าน สภาพแวดล้อม	1. มีความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อมของพื้นที่
	2. มีการรักษาสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อม

ที่มา: (อรอุมา เตพลกุล et al., 2561)

## 2.5 การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมิน

การวิจัยนวัตกรรมตัวชี้วัดเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในครั้งนี้อย่างยิ่งไม่เพียงแต่ต้องการ  
ศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเท่านั้น หากแต่เป็น  
การออกแบบและพัฒนาระบบการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ผ่าน Web และ Mobile  
application ด้วยเช่นกัน ในหัวข้อจะนำเสนอวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาระบบการประเมินตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 ขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรม

งานวิจัยนี้นอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบและพัฒนาตัวชี้วัดการประเมิน  
การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแล้ว การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินนับเป็น  
อีกวัตถุประสงค์หนึ่งของการศึกษาและการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดจะให้มีการออกแบบและ  
พัฒนาระบบการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผ่านระบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต  
ในรูปแบบของ Web-based และรองรับการทำงานผ่าน Mobile Application ดังนั้นในหัวข้อนี้จะเป็นการ  
ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาระบบโดยใช้วงจรการพัฒนา (System Development Life cycle) ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศ ในการสร้าง

ระบบสารสนเทศขึ้นมาเพื่อใช้แก้ปัญหา ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง โดยขั้นตอนในการพัฒนาระบบแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน (พรรณี สวนเพลง, 2552)

1. การกำหนดและเลือกสรรโครงการ (System Identification and Selection) โดยกำหนดปัญหาที่ต้องการจะพัฒนา ดำเนินการตั้งกลุ่มอาจจะอยู่ในรูปคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการพัฒนาโครงการ โดยเลือกโครงการที่เหมาะสม คณะกรรมการประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ผู้บริหารหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กร ผู้บริหารของหน่วยงานที่ต้องการให้มีระบบ และผู้บริหารหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

2. การเริ่มต้นและวางแผนโครงการ (System Initiation and Planning) หลังจากที่ได้เลือกโครงการและได้รับอนุมัติโครงการแล้ว เริ่มจัดตั้งคณะทำงาน ผลลัพธ์ที่จะได้ในขั้นตอนนี้คือ แผนงานของโครงการ และรายงานการสำรวจเบื้องต้น โดยมีขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้

1) การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) เป็นการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำระบบมาใช้งาน และประเมินความคุ้มค่า หรือผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบ โดยอย่างน้อยควรศึกษาใน 4 ด้านคือ ความเป็นได้ทางเทคนิค (Technical Feasibility) ความเป็นไปได้ในด้านการปฏิบัติงาน (Operation Feasibility) ความเป็นไปได้ในด้านระยะเวลาดำเนินการ (Schedule Feasibility) และความเป็นไปได้ด้านการเงิน (Economic Feasibility)

2) การพิจารณาผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่จะได้รับ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลประโยชน์ที่สามารถวัดค่าได้ (Tangible Benefits) และผลประโยชน์ที่ไม่สามารถวัดค่าได้ (Intangible Benefits)

3) พิจารณาค่าใช้จ่ายต้นหรือต้นทุนของโครงการ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท เช่นกัน คือ ต้นทุนที่สามารถวัดค่าได้ (Tangible Costs) และต้นทุนที่ไม่สามารถวัดค่าได้ (Intangible Costs) นอกจากนั้นต้นทุนยังสามารถจำแนกได้อีกหลายแบบ เช่น ต้นทุนที่เกิดครั้งเดียว ต้นทุนที่เกิดขึ้นซ้ำ ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการพัฒนาระบบสารสนเทศ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้หลายวิธี ได้แก่ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ วิธีดัชนีผลกำไร อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

4. การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) เพื่อทำความเข้าใจกับระบบงานปัจจุบัน ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบระบบใหม่ ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมมา การวิเคราะห์กระบวนการต่าง ๆ ในระบบ การวิเคราะห์ลักษณะของผลลัพธ์และสิ่งนำเข้า เพื่อศึกษาถึงการทำงานของปัจจุบัน และวิเคราะห์ว่ามีงานใดบ้างที่มีปัญหา

เกิดขึ้น มีหลายวิธี อาทิ การวิเคราะห์รายละเอียดของงาน การพัฒนาร่วมกัน และสร้างต้นแบบ เป็นต้น

5. การออกแบบระบบ (System Design) มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบระบบให้เข้ากับความ ต้องการของระบบใหม่ตามที่ได้มีการวิเคราะห์ไว้แล้ว โดยนักวิเคราะห์ระบบจะต้องออกแบบส่วน นำเข้าข้อมูลเข้าสู่ระบบ ผลลัพธ์ที่ได้จากระบบ ฐานข้อมูล โปรแกรม ระบบมีความถูกต้องเชื่อถือได้ และปลอดภัย โดยทั่วไป การออกแบบจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบเชิงตรรกะ (Logical Design) และการออกแบบเชิงกายภาพ (Physical Design)

6. การดำเนินการระบบ (System Implementation) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างระบบ และ ติดตั้งระบบ ซึ่งจะครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- การจัดซื้อหรือจัดหาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง
- เขียนโปรแกรมด้วยโปรแกรมเมอร์ หรือการจัดหาโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้งาน
- ทำการทดสอบ โดยก่อนที่นำระบบไปใช้งานจะต้องทำการทดสอบในทุก ๆ

ด้าน เพื่อให้แน่ใจว่าระบบที่พัฒนาขึ้นมา นั้น สามารถทำงานได้อย่างถูกต้องตามต้องการ โดยทำการ ทดสอบในเรื่อง มีความถูกต้องสมบูรณ์หรือไม่ การทดสอบรวม การทดสอบทั้งระบบ การทดสอบการ ยอมรับระบบ

- การจัดทำเอกสารระบบ ซึ่งมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานและดูแลรักษาระบบ เช่น เอกสารคู่มือและระบบโปรแกรม คู่มือการปฏิบัติงาน คู่มือผู้ใช้ เป็นต้น

- การถ่ายโอนระบบงาน เป็นการเปลี่ยนจากระบบงานเก่าเป็นระบบงานใหม่ โดยสามารถทำได้ 4 แนวทาง คือ ถ่ายโอนแบบขนาน ถ่ายโอนแบบทันที การใช้ระบบทดลอง และ การถ่านโอนทีละขั้น

- ฝึกอบรมผู้ใช้ระบบ ก่อนเริ่มใช้งาน ควรทำการฝึกอบรมผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้มี ความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการทำงาน และช่วยให้สามารถใช้งานระบบเป็น และใช้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

7. การบำรุงรักษาระบบ (System Maintenance) เป็นขั้นตอนการดูแลระบบ เพื่อให้ระบบ มีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีหน้าที่ในส่วนนี้ บำรุงรักษา ระบบอาจอยู่ในรูปแบบของการแก้ไขข้อผิดพลาดของโปรแกรม การปรับปรุง หรือแก้ไขโปรแกรมให้ รองรับกับความต้องการใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้ระบบ หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับระบบ การ บำรุงรักษาระบบนี้ สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

- การบำรุงรักษาระบบเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้อง
- การบำรุงรักษาระบบเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น

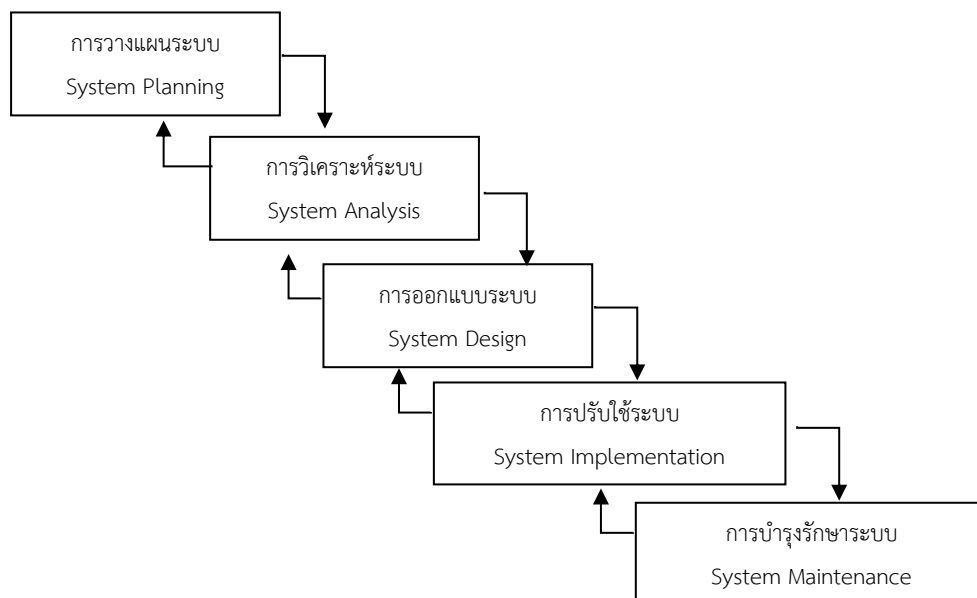
เพิ่มขึ้น

- การบำรุงรักษาระบบเพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การบำรุงรักษาระบบเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ระยะของการบำรุงรักษาระบบนั้น จะมีเวลายาวนานเท่าใดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิ ระบบล้าสมัย และไม่สามารถให้ผลลัพธ์ตามที่ผู้ใช้ระบบต้องการใช้ เทคโนโลยีเก่าทำให้มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์สูงขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม ทำให้ต้องปรับปรุงแก้ไขระบบเดิมอย่างมาก เนื่องจากระบบงานเดิมที่ใช้ อยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ระบบได้ต่อไป จึงมีการนำเสนอโครงการด้านสารสนเทศใหม่เพื่อทดแทนระบบเดิม และเป็นการวนกลับไปเริ่มต้นวงจรพัฒนาระบบใหม่

1. รูปแบบน้ำตก (Waterfall Model) เป็นรูปแบบที่นิยมมานานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีหลักการเสมือนกับน้ำตกซึ่งไหลจากที่สูงลงที่ต่ำ เมื่อในอดีตในแต่ละขั้นตอนไม่สามารถย้อนกลับได้จึงเป็นจุดอ่อน จนปัจจุบันขั้นตอนการทำงานสามารถที่จะวนหรือย้อนกลับ (Iteration) ไปแก้ไขได้ หรือที่เรียกว่า Adapted Waterfall Model ดังภาพที่ 15 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 15 วงจรการออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศแบบ Waterfall Model

2. รูปแบบวิวัฒนาการ (Evolutionary Model) วงจรการพัฒนาระบบในรูปแบบวิวัฒนาการ มีแนวความคิดที่เกิดมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการ โดยจะพัฒนาระบบจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเวอร์ชัน



(Version) แรกก่อน จากนั้นจึงพิจารณาข้อดีและข้อเสียของระบบ หาข้อผิดพลาดโดยการทดสอบและประเมินระบบ จากนั้นจึงเริ่มกระบวนการพัฒนาระบบใหม่จนได้ระบบงานในเวอร์ชันที่ 2 เวอร์ชันที่ 3 เวอร์ชันที่ 4 และเวอร์ชันต่อ ๆ ไป จนกว่าจะได้ระบบที่สมบูรณ์ที่สุด แต่ต้องมีการวางแผนกำหนดจำนวนเวอร์ชันตั้งแต่เริ่มโครงการพัฒนาระบบให้ชัดเจน

3. รูปแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Model) วงจรการพัฒนาระบบในรูปแบบค่อยเป็นค่อยไปมีลักษณะคล้ายคลึงกับรูปแบบวิวัฒนาการ แต่มีข้อแตกต่างกันตรงที่ระบบที่ได้ในแต่ละช่วง เนื่องจากระบบที่เกิดขึ้นในการพัฒนาขั้นแรกนั้นจะยังไม่ใช้ระบบที่สมบูรณ์ แต่เป็นระบบเพียงส่วนแรกเท่านั้นจากระบบที่ต้องการทั้งหมด จนเมื่อมีการพัฒนาในขั้นตอนที่ 2 จึงได้ระบบที่มีส่วนที่ 2 เพิ่มเติมเข้าไป และจะมีการเพิ่มส่วนอื่น ๆ เข้าไปจนครบทุกส่วน จนกลายเป็นระบบที่สมบูรณ์ที่สุด เหมาะสมกับการพัฒนาระบบที่มีงานหลายส่วนและมีความเกี่ยวเนื่องกัน

4. รูปแบบเกลียว (Spiral Model) วงจรการพัฒนาระบบในรูปแบบเกลียวจะมีลักษณะที่กระบวนการวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนา จะวนกลับมาในแนวทางเช่นเดิมเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งได้ระบบที่สมบูรณ์ การพัฒนาระบบงานด้วยวงจรการพัฒนาในรูปแบบนี้มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากกระบวนการทำงานใน 1 รอบไม่จำเป็นต้องได้ระบบ และระยะเวลาแต่ละขั้นตอนในแต่ละรอบนั้นจะใช้เวลาเท่าใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเท่ากันในทุก ๆ รอบ และถ้าหากไม่มีความจำเป็นบางขั้นตอนอาจจะถูกข้ามไปก็ได้

5. Agile Model เป็นรูปแบบการพัฒนาระบบที่การให้ผู้ใช้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยมีการพัฒนามาจากแนวคิดที่ว่า การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบดั้งเดิมนั้น ลูกค้าจะมีบทบาทอยู่แค่สองช่วง ได้แก่ ช่วงแรกที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลและความต้องการ และช่วงสุดท้ายการทดสอบและจะรับงาน โดยในระหว่างที่ขั้นตอนของการพัฒนาซอฟต์แวร์นั้น ลูกค้าแทบจะไม่ได้มีบทบาทใด ๆ เลย และเนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับบางครั้งลูกค้ายังไม่ทราบด้วยซ้ำว่าตนเองต้องการอะไร ซึ่งถ้าหากผู้พัฒนาระบบมุ่งแต่จะพัฒนาให้เสร็จตาม requirement ในเริ่มแรก ผลลัพธ์ที่ได้คือระบบอาจจะไม่สามารถทำงานตามความต้องการของผู้ใช้ที่แท้จริงได้ ดังนั้นรูปแบบของการพัฒนาซอฟต์แวร์ตามแนวคิดของ Agile Software Development นั้นเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบที่เน้นเรื่อง

- การให้ความสำคัญกับตัวผู้ทำงานและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำงานมากกว่าขั้นตอน วิธีการหรือเครื่องมือ
- การสร้างซอฟต์แวร์ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริงมากกว่าเอกสาร
- การทำงานร่วมกับลูกค้ามากกว่าการต่อรองจากลูกค้า
- การยอมรับปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้ามากกว่าการทำการ

แผนการเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ตาม การได้มาซึ่งระบบสารสนเทศนั้นไม่จำเป็นว่าหน่วยงานหรือองค์กรจะต้องพัฒนาขึ้นมาเอง ปัจจุบันมีวิธีการได้มาซึ่งระบบสารสนเทศที่หลากหลายวิธีการ ซึ่ง พรรณี สนวนเพลง (พรรณี สนวนเพลง, 2552) ได้อธิบายถึงวิธีการได้มาซึ่งระบบสารสนเทศ ไว้ดังนี้

1. การพัฒนาระบบงานแบบดั้งเดิม (Traditional SDLC Methodology) เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศตามวงจรการพัฒนาแบบ เป็นวิธีที่เก่าแก่ที่สุดเรียกย่อ ๆ ว่า SDLC และยังเป็นวิธีที่ใช้กันอยู่ ซึ่งมักจะนำมาใช้กับการพัฒนาระบบสารสนเทศที่มีขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อน วิธีนี้จะใช้เวลานาน ค่าใช้จ่ายสูงและขาดความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง

2. การสร้างต้นแบบ (Prototyping) เป็นการสร้างต้นแบบขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้ทดลองใช้งานซึ่งนอกจากผู้ใช้จะได้แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศที่ต้องการแล้วยังช่วยให้มองเห็นภาพของระบบที่จะพัฒนาได้อย่างชัดเจน การพัฒนาระบบโดยการสร้างต้นแบบนี้ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ระบุความต้องการเบื้องต้นของผู้ใช้ ผู้ออกแบบระบบทำการศึกษาและรวบรวมความต้องการสารสนเทศเบื้องต้นของผู้ใช้

ขั้นที่ 2 พัฒนาต้นแบบเริ่มแรก ผู้ออกแบบระบบทำการสร้างต้นแบบโดยทั่วไปจะใช้เครื่องมือซอฟต์แวร์ยุคที่ 4 (4GL) เพื่อช่วยในการสร้างระบบให้เร็วขึ้น

ขั้นที่ 3 นำต้นแบบมาใช้ ผู้ใช้จะได้รับการสนับสนุนให้ทดลองใช้ต้นแบบเพื่อประเมินว่าต้นแบบสามารถทำงานได้ตามที่ผู้ใช้ต้องการเพียงใด ซึ่งผู้ใช้อาจให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงต้นแบบต่อไป

ขั้นที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขต้นแบบ นำข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขต้นแบบ และนำเสนอผู้ใช้ซึ่งเป็นการวนกลับไปขั้นตอนที่ 3 จนกระทั่งต้นแบบนั้นได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ ดังแสดงไว้ในภาพที่

3. การพัฒนาระบบโดยผู้ใช้ (End-user Development) ปัจจุบันผู้ใช้มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มากขึ้น และมีเครื่องมือต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถพัฒนาระบบด้วยตนเองได้ ซึ่งการพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้นี้ อาจไม่จำเป็นต้องรับความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิค หรืออาจจะได้รับบ้างอย่างไม่เป็นทางการ แต่ผู้ใช้จะทำกิจกรรมในการพัฒนาระบบเอง

4. การใช้บริการจากแหล่งภายนอก (Outsourcing) ในกรณีที่องค์กรไม่ต้องการใช้ทรัพยากรขององค์กร หรือไม่มีบุคลากรที่มีทักษะและความชำนาญในการสร้างและดำเนินการระบบสารสนเทศก็สามารถเลือกวิธีการจ้างหน่วยงานหรือบริษัทภายนอก (Outsourcer) ที่มีความชำนาญด้านนี้มาทำการพัฒนาระบบให้ การจ้างแหล่งภายนอกนี้เป็นทางเลือกในการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้รับความนิยมมาก

5. การใช้ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (Application Software Package) ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปประยุกต์เป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กรต่าง ๆ จะมีงานส่วนหนึ่งที่มี

ขั้นตอนการทำงานเป็นมาตรฐานหรือคล้ายกัน เช่น ระบบงานเงินเดือน ระบบบัญชีลูกหนี้ หรือระบบควบคุมสินค้าคงคลัง เป็นต้น ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับงานทั่ว ๆ ไป นี้สามารถสนองต่อความต้องการระบบงานขององค์กรได้ องค์กรไม่จำเป็นต้องพัฒนาขึ้นมาเอง สามารถซื้อหรือเช่าซอฟต์แวร์สำเร็จรูปประยุกต์มาใช้งานได้ เนื่องจากซอฟต์แวร์สำเร็จรูปได้รับการออกแบบและผ่านการทดสอบแล้ว จึงช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในพัฒนาระบบใหม่ลงมาก และยังช่วยให้การทดสอบการติดตั้ง และการบำรุงรักษาระบบเป็นไปได้ง่ายขึ้น

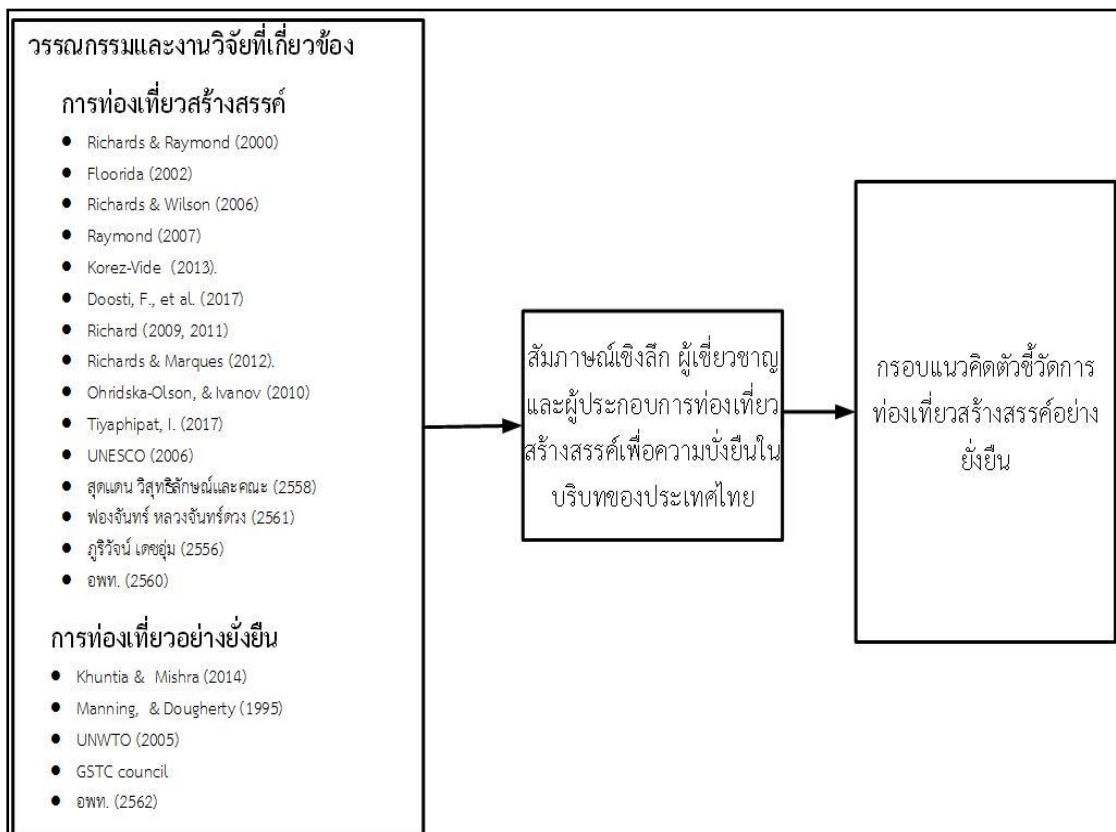
### 2.5.2 การประเมินความพึงพอใจการใช้ระบบสารสนเทศ

การประเมินความพึงพอใจการใช้งานระบบเกี่ยวข้องกับการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความคิดของผู้ใช้ต่อระบบที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้น ซึ่งมีหลากหลายปัจจัยที่นำมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา เช่น รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ตร (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ตร, 2018) ได้นำเสนอการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้ประโยชน์ 2) ด้านประสิทธิภาพของระบบ และ 3) ด้านความเป็นไปได้ซึ่งใช้มาตรวัด 5 ระดับ ให้ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกคือ 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดเป็น ลำดับไปจนถึง ระดับ 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด และใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย 5 ระดับโดยค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด และค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึงมีความพึงพอใจ มากที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิง ปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequencies) และคำนวณหาค่า (ร้อยละ) เป็นต้น

ไพศาล กาญจนวงศ์และคณะ (ไพศาล กาญจนวงศ์, สวิษฐา ศุภอุดมฤกษ์, ศรีกุล นันทะชมภู, & กาญจนวงศ์, 2557) ได้นำเสนอเกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศ จอบ้านพักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้ประโยชน์ 2) ด้านประสิทธิภาพของระบบ และ 3) ด้านความเป็นไปได้ นอกจากนี้ เอกรินทร์ วิจิตรพันธ์และคณะ (เอกรินทร์ วิจิตรพันธ์, พรประสิทธิ์ บุญทอง, & สุขชนะ, 2557) ได้นำเสนอการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสารสนเทศเพื่อการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานระบบ 2) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ และ 3) ด้านความยากง่ายต่อการใช้งานระบบ

## 2.6 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปองค์ประกอบและปัจจัยบ่งชี้ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ดังที่แสดงในภาพที่ 16 และสรุปเป็นตารางที่ 11 ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 16 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)







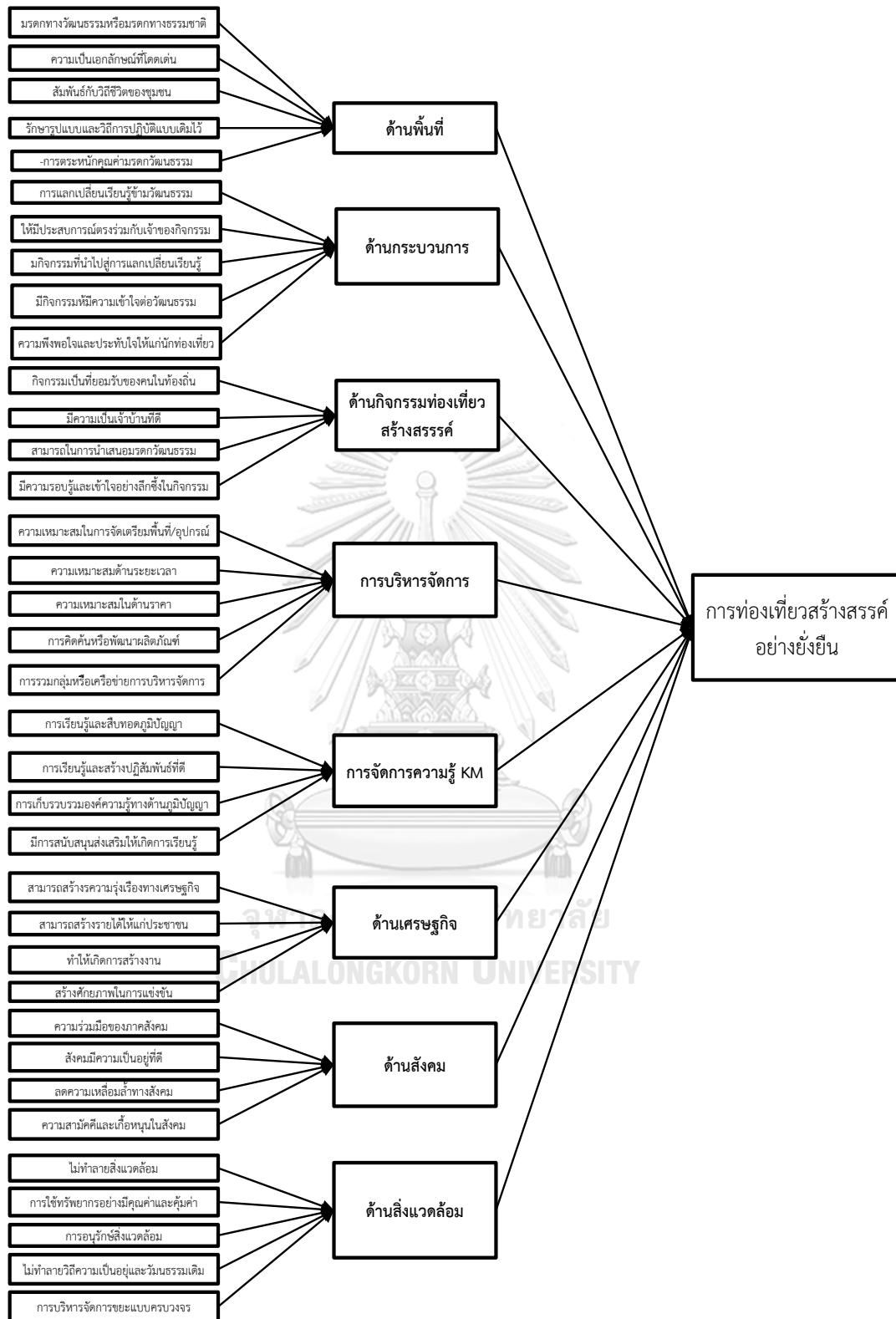
องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	การท่องเที่ยวสร้างสรรค์										การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน						
		UNESCO 2006	(Richards and Wilson 2008)	(Doosti, Hassan Zaal et al., 2017)	(Richards, 2009)	(Tiyaphipat 2017)	(Suddan Wisudthiluck, Pichet Saiphan et al. 2016)	Creative Tourism Network	(สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ 2558)	พวงจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวารสารณ์ ปัญญาชาติ 2561	(อรอุมา เดฟละกุล, ธีระ สิมตชาธิ์ et al. 2561)	(ภัทรพงศ์ อิมทรงำ เนิตและคณะ 2553)	(UNWTO 2005)	(Choi and Sirakaya 2005)	(sustainablctourism.net 2004)	(Lohk Beech and Simon Chadwick 2005)	บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	GSTC อพวท
	ไม่ทำลายวิถีความเป็นอยู่เดิม					✓							✓				✓	✓
	มีการจัดการขยะแบบครบวงจร								✓									✓
	การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก																	✓
	ป้องกันการขาดแคลนน้ำ																	✓
	ระบบขนส่ง																	✓

ที่มา: ผู้วิจัย (2019)

## 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และตัวชี้วัด ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย (ดังแสดงในภาพที่ 17)





ภาพที่ 17 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)

จากภาพที่ 17 พบว่าตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับบริบทการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของประเทศไทยมี 8 องค์ประกอบ และมีรายการอ้างอิงดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของพื้นที่ ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ (UNESCO, 2006) การสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ (Richards & Wilson, 2008) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้ เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ (Richards, 2009; Suddan Wisudthiluck et al., 2016; UNESCO, 2006; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a) (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น (Doosti et al., 2017; Richards, 2009; Richards & Wilson, 2008; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561) (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553a) (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน (Lindroth, Ritalahti, & Soisalon-Soininen, 2007; Richards, 2011a; Richards & Raymond, 2000; Richards & Wilson, 2008; sustainabletourism.net, 2004; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง (Doosti et al., 2017; Lindroth et al., 2007; Richards & Wilson, 2008; UNESCO, 2006; ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553b; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a)

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (Doosti et al., 2017; Tiyaiphat, 2017; UNESCO, 2006; Wisudthiluck, Saiphan, Teparakul, & Sindecharak, 2016; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

องค์ประกอบที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยน

วัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความประทับใจ ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ  
(Doosti et al., 2017; Florida, 2002; Richards & Raymond, 2000; Richards & Wilson,  
2008) (Doosti et al., 2017; Richards, 2009; Richards & Wilson, 2008; Tiyaiphat, 2017;  
ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)  
(ภัทรพงศ์ อินทรกำเนตและคณะ, 2553a) (UNESCO, 2006)

- แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับ  
เจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)  
(UNESCO, 2006) (Doosti et al., 2017; Florida, 2002; Richards & Raymond, 2000;  
Richards & Wilson, 2008) (Doosti et al., 2017; Richards, 2009; Richards & Wilson, 2008;  
Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เต  
พลกุล et al., 2561) (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนตและคณะ, 2553a) (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน  
มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ (UNESCO, 2006) (Doosti et al., 2017; Florida, 2002; Richards &  
Raymond, 2000; Richards & Wilson, 2008) (Doosti et al., 2017; Richards, 2009; Richards  
& Wilson, 2008; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์,  
2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561) (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนตและคณะ, 2553a) (กรมการ  
ท่องเที่ยว, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่าง  
ลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (UNESCO, 2006) (Doosti et al., 2017;  
Florida, 2002; Richards & Raymond, 2000; Richards & Wilson, 2008) (Doosti et al.,  
2017; Richards, 2009; Richards & Wilson, 2008; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์  
ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561) (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต  
และคณะ, 2553a) (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้  
เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว (Doosti et al.,  
2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; ภัทรพงศ์ อินทรกำเนตและคณะ, 2553b; สุดแดน วิสุทธิ  
ลักษณ์, 2558b)

องค์ประกอบที่ 3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์องค์ประกอบด้านกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

หรือชุมชนท่องเที่ยวในความกระตือรือร้นในการแนะนำ การถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมและความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น (Doosti et al., 2017; Richards & Raymond, 2000; Tiyaiphat, 2017; กรมการท่องเที่ยว, 2560; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม (Doosti et al., 2017; Richards & Raymond, 2000; Tiyaiphat, 2017; กรมการท่องเที่ยว, 2560; ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553b; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน (UNESCO, 2006) (Doosti et al., 2017; Richards & Raymond, 2000; Tiyaiphat, 2017; กรมการท่องเที่ยว, 2560; ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553b; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- ผู้ประกอบท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม (Suddan Wisudthiluck et al., 2016) (กรมการท่องเที่ยว, 2560; ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, 2553a; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์ (UNESCO, 2006; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม (Tiyaphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา (Raymond, 2007; Richards & Wilson, 2008) (Tiyaphipat, 2017; UNESCO, 2006) (พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพละกุล et al., 2561)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม (Doosti et al., 2017; Richards, 2011a; Suddan Wisudthiluck et al., 2016; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและติดตามการประเมินผลแผนปฏิบัติงาน (พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพละกุล et al., 2561)

- มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การปรับตัวต่อสภาวะความเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การประเมินทรัพยากรและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- ข้อกำหนดในการวางแผนแหล่งท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การได้มาซึ่งที่ดินแหล่งท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การจัดการสภาวะวิกฤติและฉุกเฉิน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการจัดการความรู้ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว (Doosti et al., 2017; Tan et al., 2013; Tiyaphipat, 2017; UNESCO, 2006; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558b)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม (Doosti et al., 2017; Suddan Wisudthiluck et al., 2016; Tiyaphipat, 2017; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้ (กรมการท่องเที่ยว, 2560; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561)

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้ (Doosti et al., 2017; Tan et al., 2013; Tiyaphipat, 2017; UNESCO, 2006; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558b)

แหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ก่อให้เกิดการป้องกันและคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลและท้องถิ่น (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561)

องค์ประกอบที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

องค์ประกอบที่ 7 ด้านสังคม หมายถึง การรักษาสมดุทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดีต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้สังคมและประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Beech & Chadwick, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม(Beech & Chadwick, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน พื้นที่ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

องค์ประกอบที่ 8 ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น

- สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- สถานที่ท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainabletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการขยะอย่างมีคุณภาพ มีการนำขยะมาใช้และบริหารจัดการอย่างคุ้มค่าลดการพึ่งพาสถานที่หรือหน่วยงานอื่นในการบริหารจัดการขยะ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การจัดการน้ำ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- การป้องกันการขาดแคลนน้ำ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)

- ระบบขนส่งที่ส่งผลกระทบต่อ(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019)



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research Design) (Creswell, Plano Clark, Gutmann, & Hanson, 2003) ทั้งงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) (Patton, 1990) และงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) (Aki & Richards, 2002) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยและผลการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ระเบียบวิธีการวิจัย

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีการวิจัย	ผลจากการวิจัย
1. ศึกษาองค์ประกอบตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	1.1 ทบทวนวรรณกรรม ค้นหาคุณลักษณะและตัวชี้วัด เกณฑ์การประเมิน ศักยภาพ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	1.1 คุณลักษณะและตัวชี้วัดเบื้องต้นของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
	1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 ท่านเกี่ยวกับคุณลักษณะตัวชี้วัด และยืนยันตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย
	1.3 นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาเป็นคุณลักษณะและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	
2. ศึกษารูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว	2.1 สร้างแบบสอบถาม และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบค่า IOC	2.1 ผลการตรวจค่า IOC ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
	2.2 ปรับปรุงแบบสอบถาม และสร้างแบบสอบถามจริง ทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจค่าความเชื่อมั่น	2.2 คุณลักษณะและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีการวิจัย	ผลจากการวิจัย
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	<p>ของชุดแบบสอบถาม</p> <p>2.3 การวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) เก็บข้อมูลผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จำนวน 300 ชุด ได้รับการตอบรับกลับมา 253 ชุด และนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2 อันดับ (CFA)</p>	2.3 ส่ง Paper Conference “The Conceptual Framework of Sustainable Creative Tourism Indicator”
<p>3. พัฒนาระบบนวัตกรรม</p> <p>เทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน</p>	<p>3.1 ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>3.2 นำตัวชี้วัดที่ได้ไปพัฒนานวัตกรรมระบบประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน</p> <p>3.3 ทดสอบระบบการทำงานของนวัตกรรม พัฒนาคู่มือการใช้งาน และอัปเดตขึ้น Google Store เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ SCT Mobile Application Assessment Tool</p>	<p>3.1 ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>3.2 ส่ง Paper Journal “Development of Mobile Application for Sustainable Creative Tourism Assessment Using Confirmatory Factor Analysis Approach”</p> <p>3.3 นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและคู่มือการใช้งาน</p>
<p>4. ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนว</p>	<p>4.1 สสำรวจการยอมรับนวัตกรรมภายใต้แนวคิด Technology Acceptance Model กับกลุ่มเป้าหมาย 30 กลุ่ม</p> <p>4.2 นำโมเดลตัวชี้วัดและแอปพลิเคชันมือถือไปนำเสนอแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>	<p>4.1 ผลการยอมรับนวัตกรรม</p> <p>4.2 ผลการยืนยันโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและใบตอบรับความร่วมมือใน</p>

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีการวิจัย	ผลจากการวิจัย
ทางการพัฒนาสู่ เชิงพาณิชย์		การพัฒนานวัตกรรมสู่เชิง พาณิชย์
	4.3 สรุปผลการวิจัย และการจัดการ นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์	4.3 งานวิจัยฉบับสมบูรณ์

จากตารางที่ 12 ระเบียบวิธีการวิจัยในตารางได้สรุปขั้นตอนการทำวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

### 3.1 ตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

#### 3.1.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1.1.1 ทบทวนวรรณกรรม ค้นหาคุณลักษณะและตัวชี้วัด เกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.1.1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 ท่านเกี่ยวกับคุณลักษณะตัวชี้วัด และยืนยันตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.1.1.3 นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาเป็นคุณลักษณะและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 3.1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

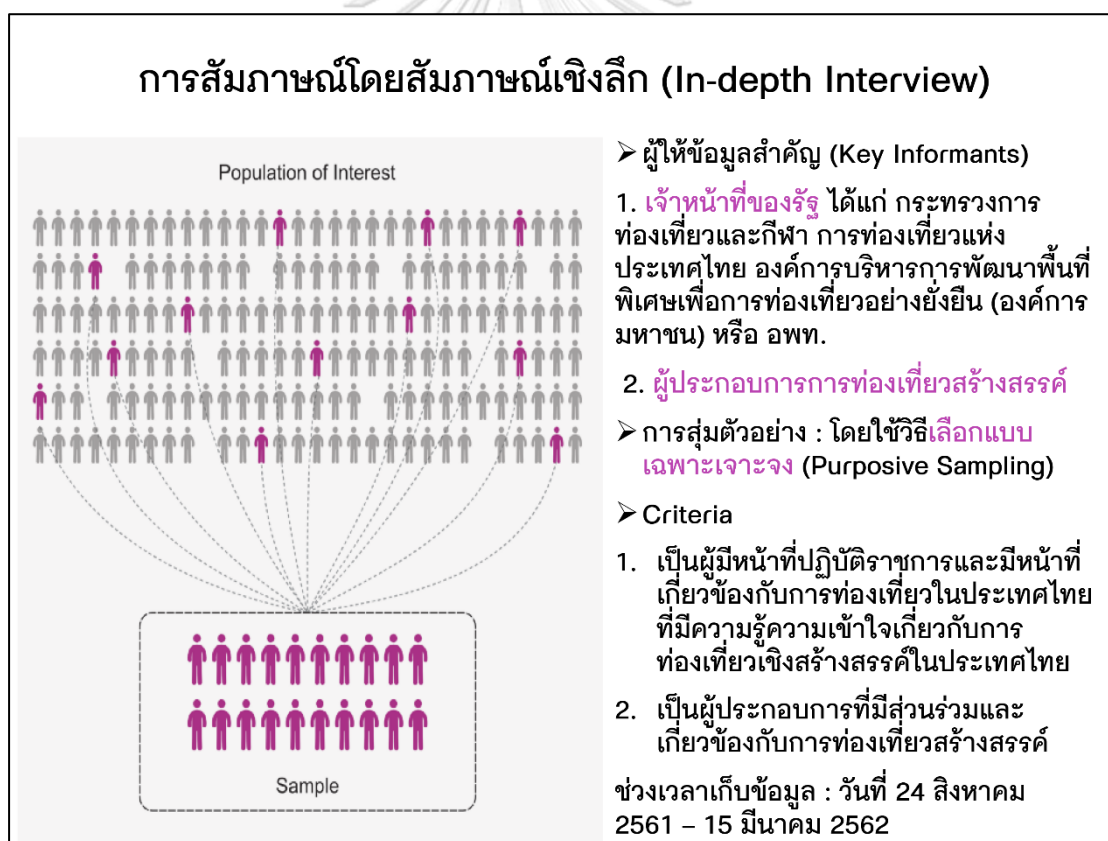
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้เชี่ยวชาญ (ดังแสดงในภาพที่ 18) ซึ่งจะเป็น 1) เจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จำนวน 13 ท่าน ซึ่งเป็น ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก 10 ท่าน ยืนยันอีก 3 ท่าน รวมเป็น 13 ท่านตามรายชื่อแสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับ ที่	ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล	หน่วยงาน	วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์
1	อดีตรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา	30 พ.ย. 2561
2	อดีตรองอธิบดี กรมการท่องเที่ยว	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา	19 พ.ย. 2561
3	ผู้อำนวยการองค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	18 ม.ค. 2562
4	ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี	ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียง บ้านสารภี อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม	8 พ.ย. 2561
5	ผู้บริหารกิจกรรมเตาตาล ตลาดน้ำอัมพวา	เตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์	8 พ.ย. 2561
6	ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรี บุญชูเบญจรงค์ (ช่างยอด)	วิสาหกิจชุมชนศรีบุญชู เบญจรงค์ อ.เมือง จ. สมุทรสงคราม	9 พ.ค. 2561
7	ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร	โรงหล่อวิเชียร อ.อู่ทอง จ.สุพรรณบุรี	12 พ.ย. 2561
8	ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดใต้หนอง	ตลาดใต้หนอง จ.พัทลุง	18 พ.ย. 2561
9	ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมนาโปแก	แหล่งท่องเที่ยวนาโปแก จ.พัทลุง	18 พ.ย. 2561
10	ประธานกลุ่มกิจกรรม ท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู	กลุ่มประมงพื้นบ้านเพื่อการ ท่องเที่ยวสิงหนคร อ.สิงหนคร จ.สงขลา	20 พ.ย. 2561
11	ประธานกลุ่มจักรสานกระจูด บายใจ	กลุ่มกระจูดบายใจ อ.ควนขนุน จ.พัทลุง	21 พ.ย. 2561

ลำดับ ที่	ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล	หน่วยงาน	วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์
12	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (คุณโอเล่)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (องค์การมหาชน)	9 เม.ย. 2562 สัมภาษณ์ยืนยัน ตัวชี้วัด
13	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (คุณแอ๊ด)	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	9 เม.ย. 2562 สัมภาษณ์ยืนยัน ตัวชี้วัด

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)



ภาพที่ 18 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)

### 3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.3.1 หนังสือ วารสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.3.2 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ดังภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ)

3.1.3.3 โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา (ATLAS)

(<https://atlasti.com/>)

### 3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.4.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากหลักสูตรเพื่อขอนั่งสื่อเรียนขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

3.1.4.2 นัดหมายและเดินทางด้วยเครื่องบินหรือรถยนต์ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 ท่าน

3.1.4.3 หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการรวบรวมในประเด็นที่สำคัญเพื่อจัดกลุ่มเนื้อหา และผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ จากนั้นก็ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากบทสัมภาษณ์โดยใช้ และนำข้อมูลที่ได้มาทำการปรับปรุงเนื้อหาและจัดกลุ่มองค์ประกอบ เนื้อหาและพัฒนาตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทยที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

- การจัดเตรียมข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดเทปแบบคำต่อคำ และจัดพิมพ์เป็นรูปแบบเป็นไฟล์ Microsoft Word

- การใส่รหัส (Code) แต่ละข้อความ ซึ่งอาจเป็นประโยคหรือข้อความสั้น ๆ

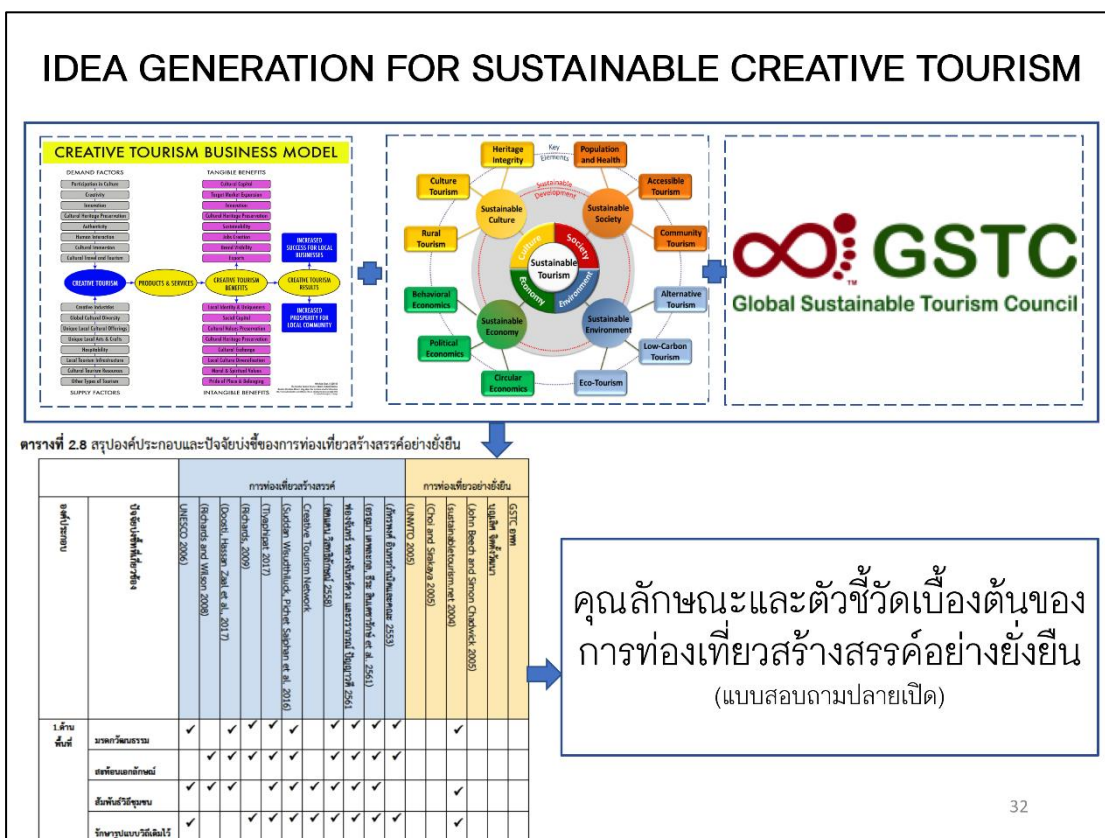
- นำรหัส (Code) มารวมกันแล้วยกระดับเป็นกลุ่มประเภท (Category)

- จากกลุ่มประเภท (Category) ทำให้เป็นกลุ่มใหญ่ขึ้นได้อีกจนกลายเป็นกลุ่มใหญ่ (Super category)

- วิเคราะห์แบบแผนความสัมพันธ์ของกลุ่มประเภทหรือกลุ่มใหญ่ ว่ามีสาระสำคัญอะไรบ้าง

- ผู้วิจัยทำความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่ศึกษา จากนั้นนำผลการศึกษามาทำการจัดกลุ่มประเภทขององค์ประกอบและตัวชี้วัดที่สำคัญของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เพื่อเตรียมสู่ขั้นตอนการออกแบบสอบถามการวิจัยเพื่อจัดเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

ผลจากการวิจัยตอนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน, ข้อมูลการถอดเทปสัมภาษณ์และวิเคราะห์เนื้อหาโดยโปรแกรม ATLAS (ดังแสดงในภาคผนวก ข), คุณลักษณะและตัวชี้วัดเบื้องต้นของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (ดังแสดงในภาพที่ 19) และกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 19 ที่มาของคุณลักษณะและตัวชี้วัดเบื้องต้นของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)

## 3.2 ตอนที่ 2 ศึกษาแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบ และตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 3.2.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.2.1.1 นำข้อมูลและคุณลักษณะและตัวชี้วัดเบื้องต้นของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนมาสร้างแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

3.2.1.2 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและสร้างเป็น แบบสอบถามฉบับจริง นำไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 กลุ่มตัวอย่างทดลอง เพื่อตรวจสอบค่า ความเชื่อมั่น (Reliability)

3.2.1.3 การวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) เก็บข้อมูลผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์จำนวน 300 ชุด ได้รับการตอบรับกลับมา 253 ชุด และนำมาวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2 อันดับ (CFA) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

### 3.2.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3.2.2.1 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

3.2.2.2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 กลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา

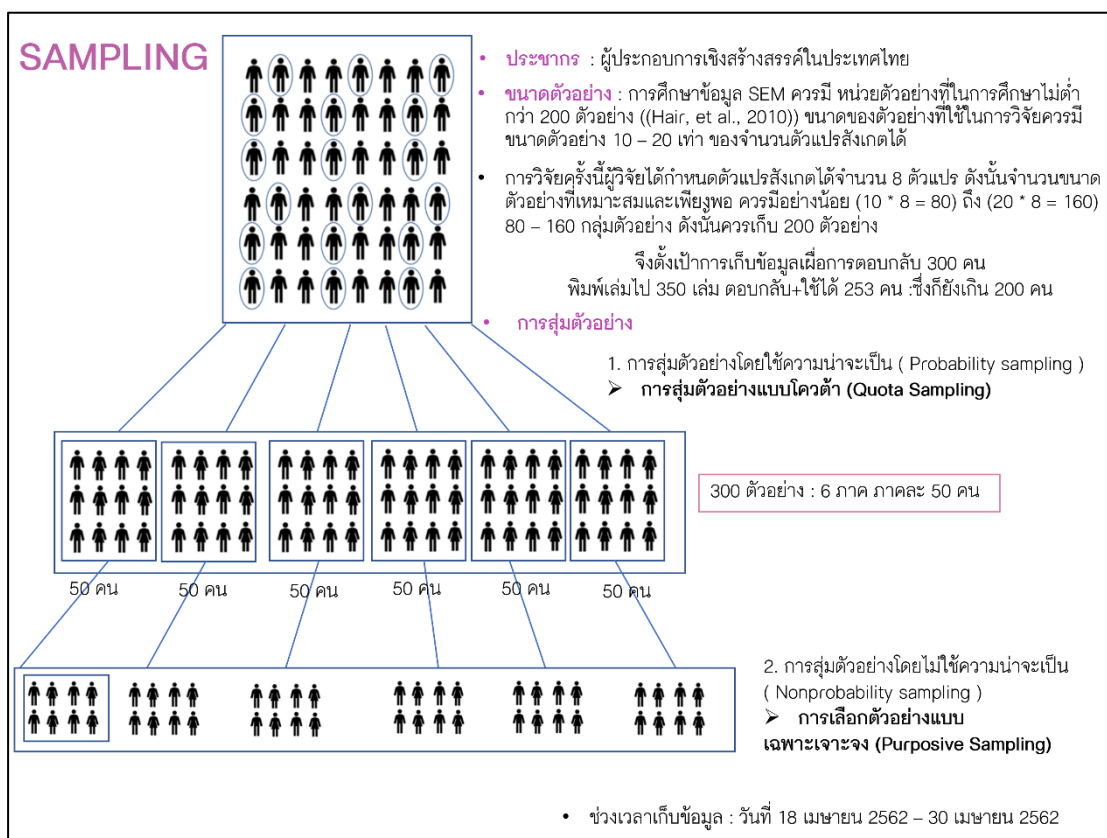
การเลือกกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้อ้างอิงการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิด ของ Hair และคณะ (Hair et al., 2010) ที่นำเสนอว่าจำนวนที่เหมาะสมกับการใช้สถิติวิเคราะห์พหุ ตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีวัด

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 8 ตัวแปร จากองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมขั้นต่ำที่เพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย  $(10 \times 8 = 80)$  ถึง  $(20 \times 8 = 160)$  80 – 160 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 300 กลุ่มตัวอย่าง จากผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จากทั่วประเทศซึ่งถือว่ามีจำนวน



เพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ได้



ภาพที่ 20 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ผู้วิจัย (2018)

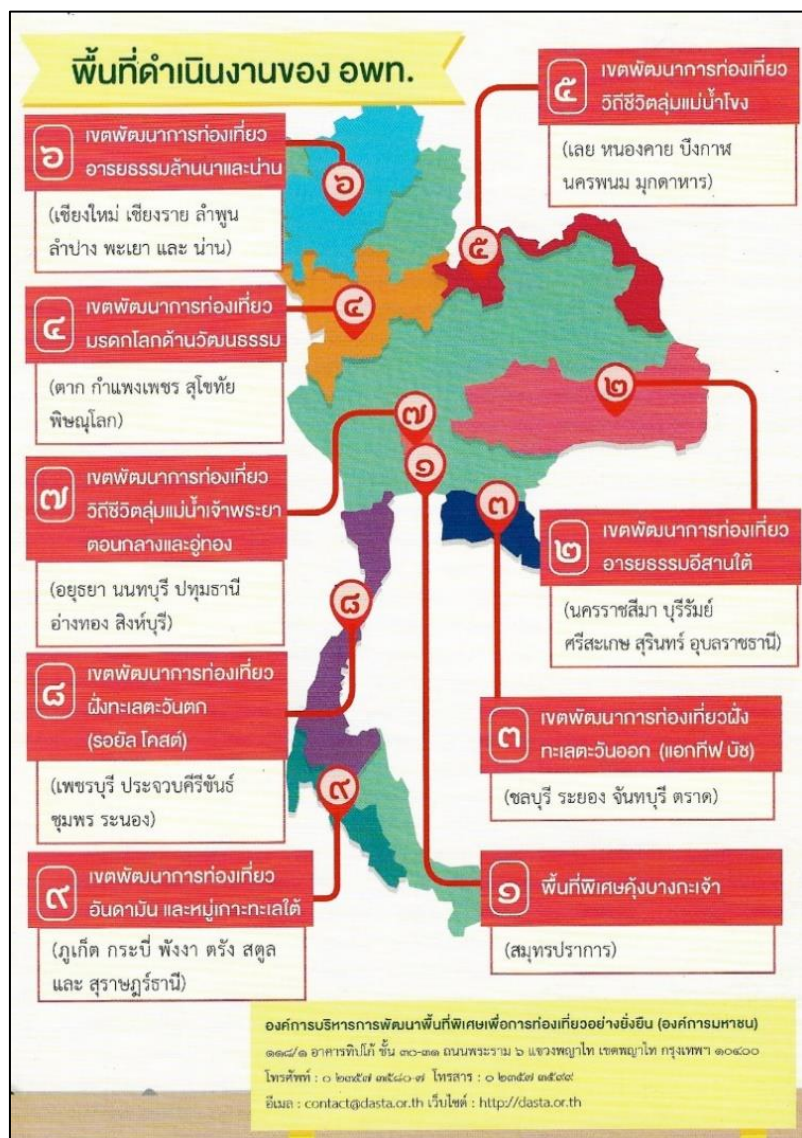
### ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างไปยัง 6 ภูมิภาคในประเทศไทยในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ

- 1) กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 2) ภาคกลาง จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 3) ภาคเหนือ จำนวน 50 ตัวอย่าง



ภาพที่ 21 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 13 กิจกรรม  
 ที่มา: (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)



ภาพที่ 22 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่นำเสนอโดย อพท.  
 ที่มา: (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

### 3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (ดังแสดงในภาคผนวก ง) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นจากคุณลักษณะและ  
 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต่อตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

### 3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.4.1 เตรียมเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดที่มีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยจะนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.2.4.2 ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำมาสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับจริง

3.2.4.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองเก็บข้อมูลกับประชากรจำนวน 30 กลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จึงจะถือว่ามากกว่าเกณฑ์ของระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

3.2.4.4 เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 253 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.4.5 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสองอันดับและสรุปผลการวิจัย

3.2.4.6 สรุปโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**ผลจากการวิจัยตอนที่ 2:** ผลการตรวจค่า IOC ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน, คุณลักษณะและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และส่งบทความตีพิมพ์ Paper Conference “The Conceptual Framework of Sustainable Creative Tourism Indicator”

### 3.3 ตอนที่ 3 พัฒนาระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

#### 3.3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.3.1.1 ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) ที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จำนวน 30 ชุดแบบสอบถามในส่วนข้อเสนอแนะปลายเปิด

3.3.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของระบบ

3.3.1.3 ออกแบบ Context Diagram และ Use Case Diagram

3.3.1.4 เขียนแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมิน

3.3.1.5 ทดสอบและแก้ไขโดยผู้พัฒนา

3.3.1.6 ทดสอบระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือ แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.3.1.7 พัฒนาคู่มือการใช้งาน (ดังแสดงในภาคผนวก จ คู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน) และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง

3.3.1.8 ทดสอบระบบโดยผู้ใช้งานจริง (User) ใน Google Play Store

#### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 แอปพลิเคชันมือถือ

3.3.2.2 แอปพลิเคชันมือถือจำลอง (Mock Up) แสดงประกอบทดสอบ

3.3.2.3 นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**ผลจากการวิจัยตอนที่ 3:** ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย, ได้รับคำตอบรับว่าจะตีพิมพ์ Paper Journal “Development of Mobile Application for Sustainable Creative Tourism

Assessment Using Confirmatory Factor Analysis Approach” และนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและคู่มือการใช้งาน (ดังแสดงในภาคผนวก จ คู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน)

### 3.4 ตอนที่ 4 ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์

#### 3.4.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.4.1.1 ตรวจสอบความพร้อมการใช้งานของนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือและสำรวจการยอมรับนวัตกรรมภายใต้แนวคิด Technology Acceptance Model กับกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในไลน์ทางการจำนวนรวมทั้งสิ้น 30 กลุ่มตัวอย่าง

3.4.1.2 สรุปผลการสำรวจการยอมรับนวัตกรรม

3.4.1.3 สอบถามเพื่อยืนยันตัวชี้วัดและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและความคิดเห็นด้านมูลค่าของนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือ

3.4.1.4 การพัฒนานวัตกรรมและนำไปใช้งานเชิงพาณิชย์

#### 3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.2.1 แบบสำรวจการยอมรับการใช้งานนวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม Mobile Application (ดังแสดงในภาคผนวก ฉ)

3.4.2.2 แบบสอบถามการยืนยันตัวชี้วัดและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแบบสำรวจความคิดเห็นด้านราคาของนวัตกรรม Mobile Application (ดังแสดงในภาคผนวก ช)

**ผลจากการวิจัยตอนที่ 4:** ผลการยอมรับนวัตกรรม, ผลการยืนยันโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน, ใ้ตอบรับความร่วมมือในการพัฒนานวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ และงานวิจัยคุณภีนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 4 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินงานรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์จากทั่วประเทศ จำนวน 300 กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามทั้งในรูปแบบของชุดแบบสอบถามและผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจากแบบสอบถามที่ส่งไปจำนวน 300 ตัวอย่าง ได้รับการตอบกลับมาจำนวน 253 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84 ที่ได้รับการตอบกลับ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficients) การตรวจสอบรูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : CFA) โดยใช้โปรแกรม AMOS และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2 อันดับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการยืนยันองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

สำหรับการวิเคราะห์ศึกษาการพัฒนาตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนั้น หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์จากทั่วประเทศ จำนวน 253 กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการดำเนินงานหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
$\mu$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากร
S.D	หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
n	หมายถึง จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
t	หมายถึง ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
$\chi^2$	หมายถึง ค่าสถิติ Chi-Square ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
P-Value	หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
$\chi$	หมายถึง น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน
RMSEA	หมายถึง ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า
SRMR	หมายถึง ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน

AR	หมายถึง องค์ประกอบด้านพื้นที่
PRCS	หมายถึง องค์ประกอบด้านกระบวนการ
CTA	หมายถึง องค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์
MGT	หมายถึง องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ
KM	หมายถึง องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้
ECON	หมายถึง องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ
Social	หมายถึง องค์ประกอบด้านสังคม
Envmt	หมายถึง องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม
f	หมายถึง โมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

#### 4.1 ผลการสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ องค์ประกอบและตัวชี้วัด ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการ และผู้บริหารในองค์กรภาครัฐ และการทำ IOC การหาค่าความเที่ยงตรง และการหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่าประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ โดยในแต่ละองค์ประกอบมีตัวชี้วัดเพื่อชี้ที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของพื้นที่ ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ การสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น อีกทั้งการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ซึ่งประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ
2. แหล่งท่องเที่ยวสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิธีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการ



แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความประทับใจ ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ
2. แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)
3. แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่
4. แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์
5. แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยวในความกระตือรือร้นในการแนะนำ การถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมและความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น
2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม
3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน
4. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนาการท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด ต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์
2. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม

3. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา

5. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม

6. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการจัดการความรู้ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา ระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว

2. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม

3. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้

4. แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้

องค์ประกอบที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในชุมชน

2. แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่

3. แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ

4. แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 7 ด้านสังคม หมายถึง การรักษาสมดุลทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดีต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้สังคมประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
3. แหล่งท่องเที่ยวสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
4. แหล่งท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 8 ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดต่อไปนี้

1. สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ
2. สถานที่ท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ
4. สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดองค์ประกอบหลักที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (จากบทที่ 2) ซึ่งพบว่าประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลักคือ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่หรือกายภาพ 2) องค์ประกอบด้านกระบวนการ 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 4) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ 5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ 6) องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ 7) องค์ประกอบด้านสังคม และ 8) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละองค์ประกอบสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

### 4.2.1 องค์ประกอบหลักที่ 1 องค์ประกอบด้านพื้นที่

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ทั้งประวัติความเป็นมา รวมทั้งการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ตลอดจนแสดงให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนและชุมชนในพื้นที่ และยังสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนได้อีกด้วย (Lindroth et al., 2007; Richards, 2011a; Richards & Raymond, 2000; Richards & Wilson, 2008; sustainable tourism.net, 2004; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุณา เตพลกุล et al., 2561) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“คือความโดดเด่นในตัวสินค้า หรือจะกล่าวคือสินค้าของเรามีอัตลักษณ์ของตลาดที่ไม่เหมือนตลาดอื่น” (ผู้บริหารตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“แหล่งท่องเที่ยวควรต้องมีประวัติศาสตร์และธรรมชาติที่โดดเด่น” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“เป็นการสร้างอัตลักษณ์อย่างหนึ่งเลยก็ว่าได้นะ อย่างคิดว่าเราจะไปสู้คนอื่นไม่ได้ จะสู้เขาใหญ่ได้ไง ซึ่งเราอาจจะเก่าแก่น้อยกว่า เป็นอะไรที่เล็กกว่า แต่มันก็เป็นอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าในตัวเอง อย่างเช่น นม (โคนม) ถ้ามว่าสวยไหม ก็ไม่สวยนะ แต่ไม่มีจังหวัดไหนพูดถึง สระบุรีก็นำมาเป็นอัตลักษณ์ให้หนักถึงได้” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“สร้างอะไรที่มันดูทันสมัยให้เกิดขึ้นมาให้มันมีอัตลักษณ์ ให้มีคนสนใจไป เพราะฉะนั้น เรื่องของการท่องเที่ยวที่มันกว้างมาก มันมีการผสมผสานกันไปหลายรูปแบบ แต่ต้องมีความโดดเด่น หรือมีความเป็นอัตลักษณ์” (อดีตรองอธิบดีกรมท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เราต้องคงเอกลักษณ์ความเป็นของเราเอาไว้” (ประธานกลุ่มจักรยานกระจุยบายใจ, 19 พ.ย. 2561)

“พี่ก็จะพาพวกเขาได้ไปเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ให้เขาได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนและ วัฒนธรรม ไปด้วย ไปวัด ไปดูตามผนังโบสถ์” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“น้ำตาลของเรามีเอกลักษณ์ค่ะ น้ำตาลของเราเป็นน้ำตาลแท้ค่ะ รสชาติอร่อย หวานหอม มันเค็ม” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ที่นี่ของเราโดดเด่นกว่าที่อื่นคือเราปั้นขึ้นมาเอง ผมสามารถทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบ และที่นี่ มีช่างปั้นเยอะสุด” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

และผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีปฏิสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน เช่น

“นักท่องเที่ยวที่เขามาเขาก็อยากไปด้วยครับ เขาอยากมีส่วนร่วมไปทำกิจกรรมร่วมกับเรา” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นฐาน และธนาครปู, 20 พ.ย. 2561)

“อุทยานประวัติศาสตร์เมืองเก่า นอกจากเขาจะไปเที่ยวชมโบราณสถานแล้ว เขายังไปทำกิจกรรมด้วย อย่างแฟนบ้าง ปั่นเครื่องดินเผา นั่งรถม้า หรืออะไรอื่น ๆ” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“อย่างมาแล้วก็มาอีกก็มีความผูกพันนะ บางทีมาไม่กี่ชั่วโมงก็ได้บริบทไม่ครบเพราะเรามีหลายฐานแต่ต้องกลับแล้ว แต่มาใหม่ บางคนก็มานอนค้างเพราะเราก็มีโฮมสเตย์ด้วย ตอนนี้นักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างประเทศหลาย ๆ คนก็มีโทรมาสอบถาม อยากมาเรียนรู้วิถีชีวิตของเรา อย่างเมื่อคืนก็มีโทรมาจากอเมริกา” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 15 ธ.ค. 2562)

“บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน ซึ่งพ่อก็จะมีการสอนดนตรี คุณตาที่เป็นมโนราห์ ที่นี่เราก็มาคิดว่าเรายังให้อะไรชุมชนไม่พอ ทั้งที่คนข้างนอกมาเยี่ยมชมมาเที่ยวมาดู แต่คนในหมู่บ้านละแวกนี้ไม่ได้สนใจเท่าที่ควร เราจึงหากิจกรรมให้เด็ก ๆ ทำแล้วหาคนมาสอนเด็ก ๆ แล้วก็พยายามรวมกลุ่มคนที่ขายของตามข้างทางมาขายด้วยกันจึงได้เกิดตลาดขึ้นมา” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 8 พ.ย. 2561)

“เราก็จะมีลานกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวให้ได้มีส่วนร่วมด้วยตลอด แต่ก็ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป มีตำข้าวบ่าง มีสีข้าวบ่าง กิจกรรมที่เป็นเชิงวัฒนธรรม” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวยังต้องคงรักษารูปแบบและวิถีการดำเนินชีวิตแบบเดิมไว้ โดยไม่ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากลักษณะหรือรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ต้องเป็นบ้านที่คงรูปแบบเดิม ๆ อย่าต่อเติมสร้างใหม่ สวยได้อย่างเดียวทำอย่างอื่นเพิ่มเติมไม่ได้” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“คนพื้นที่ก็จะอนุรักษ์อะไรที่มันดั้งเดิมไว้” (อดีตรองอธิบดีกรมท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“รวมถึงคนที่นี่ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“เราจะอนุรักษ์ลายโบราณหรือลายโบราณที่สาบสูญ” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญจรเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

นอกจากนั้นผู้ให้ข้อมูลยังเห็นว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการในชุมชนยังต้องตระหนักคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“หัวหน้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นมาคุยกันว่าเราก็มีจุดขายนะแต่จะอย่างไรให้คงอัตลักษณ์ไว้” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“อย่างของลุงนี่ก็เป็นวัดพระบางน้อยพระนอนแสนเหรียญ ส่วนวันเสาร์ที่ วันสงกรานต์เราก็มีกิจกรรม” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“เราก็จะมีลานกิจกรรมให้ได้มีส่วนร่วมด้วยตลอด แต่ก็ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป มีตำข้าว มีสีข้าว กิจกรรมที่เป็นเชิงวัฒนธรรม” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“อยากให้สิงหนครเป็นต้นแบบในเรื่องการท่องเที่ยว อย่างพาชิมประวัติศาสตร์ เครื่องเก่าโบราณ และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนในชุมชน” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เราต้องให้ความสำคัญกับด้านการสืบสานสืบทอดวัฒนธรรมนักษะ” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“คือเราจะเน้นลายโบราณที่หายสาบสูญ” (วิสาหกิจชุมชนศรีบุญชู เบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“พีให้ความสำคัญด้านนี้มาก ลายโบราณที่มีประวัติดี ๆ เมื่อเราเล่าให้ที่มาให้คนอื่นได้รู้ หรือลายเบญจรงค์เกี่ยวกับกษัตริย์ไทยมาแต่โบราณเลย” (วิสาหกิจชุมชนศรีบุญชู เบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

โดยสรุปแล้ว องค์ประกอบด้านพื้นที่ จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจ ทางมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์อันโดดเด่น ที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน และยังคงรักษารูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวและ รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนไว้แบบเดิม แหล่งท่องเที่ยวสะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิม และมีการ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่าง นักท่องเที่ยวกับชุมชน โดยไม่ปรับเปลี่ยนจนแตกต่างจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในชุมชนยังต้องรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว และพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ด้วยความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจากที่กล่าวมา ข้างต้น สามารถนำมาสร้างคุณค่าให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

#### 4.2.2 องค์ประกอบหลักที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ โดยมีการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริงร่วมกับ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่ หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว (Doosti et al., 2017; Florida, 2002; Richards & Raymond, 2000; Richards & Wilson, 2008) (Doosti et al., 2017; Richards, 2009; Richards & Wilson, 2008; Tiyaiphat, 2017; ฟองจันทร์ หลวง จันทรดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561) (ภัทรพงศ์ อินทร กำนิตและคณะ, 2553b) (UNESCO, 2006) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ทำให้มีลูกค้าหลายระดับสนใจ เป็นที่ดึงดูดของลูกค้า” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“เราจะใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและคนทั่วไปที่แล้วก็ไปดูไปสัมผัสการใช้ชีวิตในรูปแบบชาวท้องถิ่น” (อดีตรองอธิบดีกรมท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมการเรียนรู้ปลูกพืช หรือการเลี้ยงสัตว์นี้แหละ ยกตัวอย่างเช่น ออสเตรเลียก็บินตรงเพื่อมาที่นี่เลย เขาว่าไม่เคยเห็นที่ไหนเลี้ยงไก่แบบนี้” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ประทับใจนะ ดูจากหนังสือเขียนเยี่ยมที่เขาได้ลงไว้” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“มีชิมชิมนะคะ พวกเขาจะให้ความสนใจ อย่างเวลาเราจัดนิทรรศการ เราก็จะแสดงให้ดูทุกขั้นตอนเลยคะ อย่างเช่นการเรียงข้าว เราจะเรียงตั้งแต่เป็นรวงข้าว การสี หรือจนกว่าจะได้เมล็ดข้าวแล้วก็เป็นข้าวสาร” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้หนอง, 18 พ.ย. 2561)

“ดูได้อีกอย่างหนึ่งเวลาเรามีการแสดงดนตรี จะมีชาวต่างชาติมากันเยอะอยู่คะ บางครั้งก็มีส่วนร่วมในการแสดงกับเรา” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้หนอง, 18 พ.ย. 2561)

“เราจะคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน แสดงความคิดเห็นว่าจะทำอย่างไรกันในอนาคตของเรา คือเราจะแลกเปลี่ยน” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้หนอง, 18 พ.ย. 2561)

“ที่ก็จะพาพวกเขาได้ไปเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ให้เขาได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนและวัฒนธรรม ไปด้วย ไปวัด ไปดูตามผนังโบสถ์” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“อย่างพาชมประวัติศาสตร์ เครื่องเก่าโบราณ วิถีชีวิตคนในชุมชน ปั่นจักรยาน ปลูกป่าร่วมกัน” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เสียงตอบรับจากนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีครับ นักท่องเที่ยวไปปล่อยปูกับเราแล้วเค้าประทับใจ” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“ส่วนใหญ่ก็ปล่อยปู บางทีก็ไปลงทะเล แล้วก็วิ่งเรือไปหาปลาด้วยกัน” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เราก็มีโฮมสเตย์ หรือนักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตร่วมกับชาวบ้านก็ได้” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“บางทีพวกคณะเขาก็มาร่วมกิจกรรมปลูกต้นไม้บ้าง มาช่วยเก็บขยะให้บ้าง” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เราก็จะอธิบายก่อนว่าเราทำอะไรทำไปทำไม ก็บอกเป็นภาษาไทยแล้วไกด์ก็จะไปแปลให้นักท่องเที่ยวอีกที ส่วนมากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาก็มากับหน่วยงาน” (โรงหล่อวิเชียรสุพรรณบุรี, 12 พ.ย. 2561)

“นักท่องเที่ยวได้รู้และได้ ร่วมกิจกรรมขั้นตอนอย่างแท้” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)



“นักท่องเที่ยวดำเนินอาหารพื้นบ้าน ทำงานด้านศิลปะ รำมโนราห์ แกะหนังตะลุง” (ประธานกลุ่มกิจกรรมกระจุบบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“นอกจากทำกระจุบแล้วมีกิจกรรมล่องเรือชมดอกบัว มีโฮมสเตย์และอยู่ร่วมกันกับชาวบ้าน” (ประธานกลุ่มกิจกรรมกระจุบบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“เมื่อนักท่องเที่ยวจากมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตของเขาแล้วก็สามารถร่วมทำกิจกรรมกับเขาได้ เช่นเมื่อตอนเราไปทำที่เมืองเกาส์โซทัย เราก็ไปทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเรื่องของการวาดลายสังคโลก” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือการที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมกับคนในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ขอยกตัวอย่างเช่น สุโขทัย เดิมจะมีการปั่นสังคโลกขาย ก็จะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยว ๆ และถ่ายรูปแล้วกลับ” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“คือทำให้ชุมชนมีกิจกรรมที่ดี ๆ เราพื้นที่ไหนเที่ยว เพิ่มประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวจึงได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่จะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“อย่างเช่นหลี่เป๊ะ คนพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นคนเผ่าอูร์กลาโวย เป็นชาวเลและหน้าตาจะไปคล้าย ๆ ชาวอินโดฯ ผิวเข้มๆ ตูน่ากลัว แต่จริง ๆ เผ่านี้เขาจะเป็นแบบหาเข้ากินค่า วิถีชีวิตก็จะง่าย ๆ แทะไม่ได้ใช้เงิน กินกันแต่ปลา มีภาษาเป็นของตนเอง ดังนั้นสิ่งที่สำคัญคือต้องให้คนในพื้นที่ที่มีความเข้าใจก่อนซึ่งมันสำคัญมาก” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“ศูนย์การเรียนรู้นี้ก็มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในกลุ่มคนที่ใครมีวัฒนธรรมอะไรประจำท้องถิ่นก็มาแลกเปลี่ยนกัน อย่างเช่นบางคนก็มีตักบาตรขนมครก อย่างของลุงนี่ก็เป็นวัดพระบางน้อยพระนอนแสนเหรียญ ส่วนวันเสาร์ท วันสงกรานต์ เราก็มีกิจกรรม” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“อยากมีส่วนร่วมไปปล่อยเต่ากับเรา” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้านและธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เขาพอทราบนะคะ ว่าเราอยากให้เราและกรรมวิธีการเคี้ยวน้ำตาล ซึ่งถือได้ว่าได้ให้ความรู้และเข้าใจด้วย” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เขาได้ลองทำและออกแบบเองกับกิจกรรมในชุมชน” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“ก็มีจดจำอยู่นะเพราะได้ลองทำเอง ส่วนเราก็คุยมั่ว ๆ ไปกับเขา ต่างชาติก็มา อย่างมาเลเซียก็มี แล้ววันก่อนชาวเกาหลีก็มาซื้อสินค้ากับเราแล้วก็มานอนค้างเพราะเราก็มีโฮมสเตย์ด้วย” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“เรื่องราวในอดีตของสุโขทัยทำไมต้องวาดเป็นรูปปลาตะเพียน เพราะมันบ่งบอกความอุดมสมบูรณ์อยู่ดีมีสุขของคนสมัยนั้น จึงนำตรานี้เป็นแบบในการทำท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำภาพนี้มาวาดเซรามิกเพื่อนำไปเผาแล้วนำไปเป็นของที่ระลึกของตัวเอง หรือเป็นสื่อก็ได้ ถือว่านักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมในชุมชนได้จริง” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“อุทยานประวัติศาสตร์เมืองเก่า นอกจากเขาจะไปเที่ยวชมโบราณสถานแล้ว เขายังไปทำกิจกรรมด้วย อย่างแฟนท์บ้าง ปั่นเครื่องดินเผา นั่งรถม้า หรืออะไรอื่น ๆ” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“เราแชร์ประสบการณ์ด้วยกันระหว่างคนที่มาเที่ยวกับคนในแหล่งท่องเที่ยว” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ตรงให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างประทับใจให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้นสามารถนำมาสร้างคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

#### 4.2.3 องค์ประกอบหลักที่ 3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยว การแสดงถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีความกระตือรือร้นในการแนะนำและให้ความรู้ การถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมและความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม (Doosti et al., 2017; Richards & Raymond, 2000; Tiayhipat, 2017; กรมการท่องเที่ยว, 2560; ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556; อรรจุมมา เตพลกุล et al., 2561) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“เป็นเจ้าบ้านที่ดีครับ ทุกคนก็จะมาหาเรา ไม่ซื้อไม่เป็นไรแต่มาฟังเราบรรยายก็จะได้รับความรู้กลับไป” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“มันก็จะมีตัวที่ชีวิตเกี่ยวกับคนอื่น ซึ่งในมุมมองของพี่ คำว่า “คน” ณ ที่นี้ คนที่สำคัญเลยคือ “คนท้องถิ่น” โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ หมายถึงว่าคนที่จะสืบทอดต่อไป มันก็จะยากในการที่จะ creative และ success able” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“ให้ความรู้กับชาวบ้านในการทำโฮมสเตย์ การประกอบธุรกิจจากการท่องเที่ยว เข้าใจในบริบทของการทำอะไรให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แหละค่ะเป็นผู้ช่วยบริหาร ดูแลกันเองโดยไม่มีคนนอกมายุ่งเกี่ยว” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว รวมถึงคนที่นี่ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ และอยากจะถ่ายทอด แล้วจากประสบการณ์ตอนเราเล็กๆ ไปได้คลุกคลีกับชาวนาตลอด พ่อก็จะให้พี่ไปขายข้าวซื้อข้าว เราก็จะผูกพันโดยไม่รู้ตัว” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“ถ้าอย่างไปหาปลา ก็จะมีเรือให้นักท่องเที่ยวได้ลองไปตกปลาหาปลาแบบ 2 วัน 3 วันก็มี มันก็จะมีหลายรูปแบบ” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“การเคียวตาลมีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษเป็นร้อย ๆ ปีแล้วแต่ก็บอกไม่ได้ว่ามาจากไหนจริง ๆ ปากก็ไม่ใช่นั่นนะค่ะ ป้ามาจากจังหวัดอื่นแต่ปากก็ได้ชิมชบจากตรงนี้มาด้วยแล้วก็ทำได้เหมือนคนที่นี่และอยากจะถ่ายทอดให้คนที่มาเที่ยวได้รู้ได้เห็น” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“การสร้างสรรค์ คือ การทำยังไงก็ได้ให้เป็นประโยชน์กับทุกภาคส่วน (1 คนในพื้นที่ 2) คนพัทลุง 3) ภาคใต้ และ 4) คนรุ่นหลัง” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“พี่ก็จะพาพวกเขาได้ไปเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ให้เขาได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนและวัฒนธรรม” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“เราไม่ได้วางพระชาย เราทำตามออเดอร์เท่านั้น จากวัด จากลูกค้า แล้วเราก็หล่อตามรายการที่สั่ง” (โรงหล่อวิเชียร สุพรรณบุรี, 12 พ.ย. 2561)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องสร้างสรรค์การนำเสนอ และถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมได้ด้วยตัวเอง รวมทั้ง ผู้ประกอบการต้องมีความรอบรู้ในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ใช่ อย่างบางคนมาเรียนรู้ที่นี่แล้วนำกลับไปทำที่บ้านตัวเอง ก็ทำเป็นสินค้าบ้างและประยุกต์ความคิดของลงไปใช้ด้วย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“คือสิ่งที่ไม่มีใครเหมือน อย่างที่นี่ ก็โกซิงข้าวสวรรค์ ไก่ตะกั่ว ที่อื่นไม่มีจะไม่มีแบบนี้” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“นักท่องเที่ยวสามารถที่จะจัดทริปหรือเลือกทริปเอง หรือเขาเลือกที่จะลงในสิ่งที่เขาอยากทำได้” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“เขาก็อยากไปด้วยครับ อยากมีส่วนร่วมไปปล่อยเต่ากับเรา บางทีพาไปปล่อยเกาะหนู เกาะแมว หรือเกาะอื่น ๆ แล้วเวลานั่งเรือไปกับเราคิดค่าหัว ๆ ละ 500 บาท พร้อมอาหารและพักกับเราแต่ต้องนัดล่วงหน้าด้วยนะ” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เขาจะเลือกมาเองเลย บางกลุ่มอยากไปเที่ยวเมืองเก่า ส่วนมากจะเป็นมาเลยเซีย แต่บางกลุ่มก็อยากลงทำกิจกรรม” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“ก็ต้องหาตัวประยุกต์ เพราะยังไงเทียนเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ยังไงก็มีหมดได้แน่นอน” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“แล้วแต่ละกลุ่มจะมีความครีเอทอย่างไร ไม่ได้ตายตัว” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“คือเราจะเน้นลายโบราณที่หายสาบสูญและวัตถุที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และไม่มีสารตกค้าง สินค้าเรามีการรันตีมีแบรนด์ทุกชิ้นงาน” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“มรดกทางวัฒนธรรมก็สืบมาจากอดีต รุ่นสู่รุ่น คนสืบทอดก็ต้องเป็นผู้รู้จริง อย่างเบญจรงค์มันต้องมี 5 สี แต่ไปดูในยูทูปเกือบทุกทีจะเป็นคู่มือและให้ข้อมูลผิด ๆ เยอะมาก อย่างลายที่เขียนก็ต้องเป็นลายหุ่นแต่คนที่บรรยายในยูทูปบอกว่ามีแต่ลายเรียบ” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“เราก็นำไอเดียนี้มาร่วมกับชุมชนที่เขาทำพระพิมพ์อยู่แล้วให้เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมทำและเรียนรู้ไปกับชุมชนได้” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการหรือชุมชน

ท่องเที่ยวด้วยความกระตือรือร้น และการเป็นเจ้าของที่ดี นอกจากนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องสร้างสรรค์การนำเสนอ และถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ด้วยตัวเอง รวมทั้ง ผู้ประกอบการต้องมีความรอบรู้ในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

#### 4.2.4 องค์ประกอบหลักที่ 4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม (Raymond, 2007; Richards & Wilson, 2008) (Tiyaphipat, 2017; UNESCO, 2006) (พองจันทร์ หลวงจันทร์ ดวง, 2561; สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558a; อรุมา เตพลกุล et al., 2561) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แหละค่ะเป็นผู้ช่วยบริหาร ดูแลกันเองโดยไม่มีคนนอกมายุ่งเกี่ยวสินค้าที่จะนำมาขาย เราก็ต้องคัดกรอง พยายามเลือกไม่ให้ซ้ำกันมากนักแต่ก็มีเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และเราก็จะสืบหาที่มาที่ไปของสินค้าที่นำมาขายด้วย” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหลด, 18 พ.ย. 2561)

“ศูนย์การเรียนรู้ที่เราขาดไม่ได้เลย คือ 1) นวัตกรรม 2) จุดขาย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“เดิมเรามีอาชีพเป็นชาวสวน แต่ตอนนี้เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวกันหมดอย่างโฮมสเตย์ เรือคายัค” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เมื่อก่อนถ้าภูเขาเพชรจะเดินลำบากมาก แต่หลัง ๆ ได้งบประมาณมาทำขั้นบันไดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยิ่งใหญ่” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมการเรียนรู้ปลูกพืช หรือการเลี้ยงสัตว์” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“มีวิทยากรประมาณ 10 กว่าท่านในแต่ละด้าน อย่างลุงจะอยู่ในภาครวมใน 1 ไร่ จะมี 68 ฐานการเรียนรู้” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“กิจกรรมที่นี้เราจะเรียกว่า “วันธรรมดาน่าเที่ยว” คือ ไม่จำเป็นต้องเป็นวันเสาร์-วันอาทิตย์ แต่วันธรรมดาก็มาเที่ยวได้” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“เราก็จะมีลานกิจกรรมให้ได้มีส่วนร่วมด้วยกันตลอด แต่ก็ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป มีดำข้าว มีสีข้าว กิจกรรมที่เป็นเชิงวัฒนธรรม” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“ถ้ามีงบประมาณก็อยากปรับปรุงเรื่องพื้นที่ให้พอเพียงกับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“สถานที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะยังขาดบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“นั่งเรือไปกับเราคิดค่าหัว ๆ ละ 500 บาท พร้อมอาหาร และพักกับเรา แต่ต้องนั่ง ล่วงหน้าด้วยนะ” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“นักท่องเที่ยวมีแทบทุกวัน มากที่สุดไม่มีเลยก็แค่วันเดียว และจำนวนคนก็ 50 คนขึ้นไป เสาร์ – อาทิตย์ คนยิ่งเยอะมาก” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2560)

“ไม่เคยมีลูกค้าบ่นว่าแพงนะคะ มีแต่บอกว่าสมราคา เพราะเป็นออแกร์นิกด้วย” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2560)

“อย่างเมื่อก่อนซี่ผึ้งกิโลละ 25 บาท แต่ตอนนี้กิโลละ 60 บาท ก็พยายามใช้อย่างให้คุ้มค่า” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“ด้านประชาสัมพันธ์ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) แล้วตอนนี้เรามีการตอกเหรียญ โบราณด้วย” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“บางครั้งก็คนละ 120 บาท แต่บางที่เขามาแบบครอบครัว เราก็แล้วแต่เขาจะให้ เพราะพวกเขาตั้งใจมาดูมาเรียนรู้จริง ๆ” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“ราคาเริ่มต้นขึ้นละ 300-200 บาท จนถึงหลายหมื่นบาท ขึ้นอยู่กับขนาด” (ผู้บริหาร วิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“ต้องดูตามราคาชิ้นงาน ก็คือ ลูกค้าได้ซื้อสินค้าที่เป็นลายที่เขียนด้วยตนเอง” (ผู้บริหาร วิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“เนื่องจากตอนนี้พื้นที่อยู่ระหว่างปรับปรุง แต่ก็ขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่มา การแจ้งล่วงหน้าเราจะได้บริหารได้” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“ลูกค้าจะบอกว่าคุ้มค่ามากกว่า แต่เราจะแจ้งลูกค้าก่อนเรื่องราคา ว่าของเราอาจจะสูงหน่อยนะ ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจก่อน” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ย. 2561)

“กระบวนการ Co-creation คือให้มีการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“แต่หลังจากที่เราไปให้ความรู้ ที่นี้เขาจะมีการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมได้ออกแบบ วาดรูปและแพนท์ และปั่นคือได้ร่วมทำทุกขั้นตอนโดยใช้เวลาราว ๆ 3 ชั่วโมงเมื่อปั่นเสร็จก็นำกลับบ้านได้หรือจะมีการส่งไปให้ที่บ้าน” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“เราต้องสร้างในการมีส่วนร่วมก่อน ปกติคนส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกร ทำอะไรแบบดั้งเดิม พอเราจะไปเปลี่ยนเราก็ต้องไปปรับ mind set ก่อนช่วงที่กำลังปรับ mind set นี้ลำบากมาก เพราะคนพื้นที่ส่วนใหญ่ก็มักเป็นผู้สูงอายุ ถ้าเรานำอะไรไปเปลี่ยนเลยพวกเขาจะไม่รับ เพราะฉะนั้นการเปลี่ยน mind set กระบวนการที่นำไปถ่ายทอดต้องให้เข้ากับเขา เพราะระดับการศึกษาก็ไม่เท่ากัน” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามันเป็นงานด้านบริการ เพราะฉะนั้นงานด้านบริการก็จะเกี่ยวข้องกับ “คน” เป็นส่วนใหญ่ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่มีปัญหางบประมาณไม่มีปัญหาพร้อมที่จะลงไปอยู่แล้ว เทคโนโลยีต่าง ๆ เรามีพร้อม สองส่วนอย่างแรกก็คือคนที่จะรับคำว่าสร้างสรรค์ก็พวกเทคโนโลยีต่าง ๆ และสองก็คือเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดลงไปมันเหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ หรือไม่” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญาของคนในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ถ้าเราสร้างจิตใจพยายามให้เขามองว่าอะไรสำคัญกว่านั้น คือให้มีการสำนึกรักบ้านเกิด เราต้องสร้างความรู้สึกนี้ให้เกิดขึ้น ถ้ามันเกิดขึ้นได้นะเราก็ไม่ต้องมานั่งกังวล มิตรรักบ้านเกิดมันก็เหมือนจะเป็นเหมือนธนาคารที่มีสาขา มิติการท่องเที่ยวคิดแบบมิติเศรษฐกิจ” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“เหมือนอย่างนางเงือกเรานี้ละ ก็ให้มีสตอรี่ที่มาที่ไปหรือมี QR Code พอหยิบปุ๊บเรื่องราวที่มาที่ไปก็ออก” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เศรษฐกิจดีขึ้น ความเจริญก็ดีขึ้น ระบบโลจิสติกก็ดีขึ้น อย่างที่รัฐบาลอนุมัติโครงการรถไฟความเร็วสูงหรือรถไฟฟ้าเพื่อออกมารองรับนักท่องเที่ยว ไม่อย่างนั้นก็สู้เขาไม่ได้ สายการบินก็ให้มีแบบโลว์คอสต์เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามา” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“รวมถึงคนที่นี่ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ แล้วจากประสบการณ์ตอนเรายังเล็ก ๆ ได้คลุกคลีกับชาวนาตลอด” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“โยะอะอยู่ เราก็มียุสโมสเตย์ หรือนอนร่วมกับชาวบ้านก็ได้ แล้วเราก็มียุสโมสเตย์ซึ่งราคาถูก และบริการดี” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“เพราะการปีนต้นตาลค่อนข้างจะเสี่ยง ตกลงบาดเจ็บบ้าง ตายบ้าง ก็ไม่มีใครอยากให้ ลูกหลานไปเสี่ยง แล้วตอนนี้คนที่ปีนต้นตาลให้อยู่นี้ก็อายุ 40 กว่าแล้ว ยังไม่มีวัยรุ่นหรือเด็กที่อายุน้อยมาสืบทอดเลยไม่รู้ว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ถ้าเราพัฒนาเขาตามเกณฑ์ที่เหมาะสมให้องค์ความรู้กับเขา มันก็สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ คือชุมชนเป็นผู้บริหารเอง มันไม่เหมือนเมื่อก่อน คือถ้าเราพูดถึงชุมชนนี้ ชุมชนมักจะเป็นผู้ถูกเที่ยว แต่ในบริบทที่ อพท .ทำนี้ เขาจะเป็นผู้ที่ลุกขึ้นมาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวของเขาเองโดยมี อพท .เป็นองค์กรพี่เลี้ยง” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

ยิ่งไปกว่านั้นยังเกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์ โดยเริ่มตั้งแต่การเตรียมความพร้อมและข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงการประเมินผลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“การจดทะเบียนวัฒนธรรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นแบบยั่งยืนเหมือนกันนะ” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“น้ำยาล้างจาน น้ำยาถูพื้นโลยุง ไข่เค็มรสต้มยำและไข่เค็มรสกระเพรานี้ได้จัดลิขสิทธิ์แล้ว” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ศูนย์การเรียนรู้นี้ก็จะมีทางเลือกเปลี่ยนวัฒนธรรมในกลุ่มคนที่ใครมีวัฒนธรรมอะไรประจำท้องถิ่นก็มาแลกเปลี่ยนกัน อย่างเช่นบางคนก็มีตักบาตรขนมครก” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ประทับใจนะ ดูจากหนังสือเซ็นเยี่ยมที่เขาได้ลงไว้ จะเป็นสมุดที่เราให้นักท่องเที่ยวได้เขียนความรู้สึกไว้ก่อนกลับ เราจะได้รู้ด้วยเขาพึงพอใจแค่ไหน” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“เราจะประเมินปีต่อปี จะวางแผนล่วงหน้าไกลๆไม่ได้ ต้องดูงบประมาณด้วย และดูทำที่จากภาครัฐด้วย อย่างบางช่วงเศรษฐกิจไม่ดี การศึกษาดูงานก็ซาๆลงไป อย่างปีที่ผ่านมา สปง. เข้มขันมากจะเอาเงินคืนอย่างเดียว ก็เลยต้องวางแผนแบบปีต่อปี” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)



“ก็ดูในทางยูทูปบ้าง ทำวิจัย จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มาแล้วก็ออกมาเป็นรูปเล่ม” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“พี่ก็อยากทำพวกแผนที่ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวแบบ one day trip โดยที่สามารถไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้ตลาดได้โดนดได้อย่างคุ้มค่าในวันเดียวและเป็นการกระจายรายได้ให้ชาวบ้านอื่นๆ นอกเหนือจากในตลาดด้วย” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“มีประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุ๊ค มีจุดเช็คอิน มีนักแสดงได้มามีส่วนร่วมปล่อยเต่าด้วยก็เป็น การโปรโมทไปในตัว” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“ดูจากรอยยิ้มค่ะ ใครได้ทานน้ำตาลสดก็ชมว่าอร่อย” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เขาทำไว้หมดแล้วค่ะ ลงยูทูปบ้าง เพราะก็มีคนอื่นที่อยากจะทำเป็นก็จะเข้าไปดู” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ส่วนมากลูกค้าติดต่อมาทางไลน์ และส่งงานกันทางไลน์ไม่ต้องขับรถไปมาเพื่อส่งแบบ หรือถามงาน ก็ส่งทางไลน์ได้เลย ลดเวลาและต้นทุนลงไปเยอะเลย” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“แสดงว่าสำหรับคุณ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมีผลกับการท่องเที่ยวมากกว่าสื่อออนไลน์ แล้วคุณคิดว่าสื่อออนไลน์ส่งผลให้คนรู้จักเราเยอะไหมคะ” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“ตอนนี้ไม่มีให้เยี่ยมชมสินค้า แต่ในอนาคตเราจะมีร้านสอนให้เรียนรู้ ให้เขียนลายของตัวเอง ด้วยฝีมือตัวเอง” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“อยากนะ แต่อยากให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ อยากแยกส่วนพื้นที่ว่าตรงนี้เป็นที่เรียนลายรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตรงนี้เป็นลายสมัยรัชกาลที่ 5 เพราะลายเบญจรงค์มีหลายหลายระดับ” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“ควรจะมีกระบวนการ monitoring ติดตามและประเมินผลว่าเขานำไปใช้จริงหรือไม่ และมีผลกลับมามีอย่างไร บางครั้งแบบสอบถามก็เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งแต่ถ้าเราจะวัด out come ก็วัดไม่ได้ เพราะว่ามันเป็นแค่ check list แล้วหลังจากนั้น 1-2 เดือนเราก็ลองไปดูว่าผลเป็นอย่างไรบ้าง ถ้าสามารถมีข้อมูลที่ link เข้ามาแบบ real time ได้จะดีมากเลย” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการจัดเตรียมพื้นที่/สถานที่ ความเหมาะสมของระยะเวลา และราคาในการจัดกิจกรรม

รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวยินดีจะจ่าย และยังเกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญาของคนในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเริ่มตั้งแต่การเตรียมความพร้อมและข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงการประเมินผลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้กลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในอนาคตได้

#### 4.2.5 องค์ประกอบหลักที่ 5 องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการและกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมเพื่อดำรงไว้ซึ่งภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ความโดดเด่นและความเป็นอัตลักษณ์ในท้องถิ่น ตลอดจนเพื่อสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว (Doosti et al., 2017; Suddan Wisudthiluck et al., 2016; Tiyaiphap, 2017; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“เราก็ต้องกลับมาที่เรื่อง “คน” คือมันต้องมีการสืบสานต่อ แต่อย่างกลุ่ม YEC ที่พวกเราทำกันอยู่อย่างน้อยก็เป็นกลุ่มที่จับต้องได้ ต้องพยายามสร้างรุ่นน้องต่อไปและถ้ามัน *success able* ก็อย่ารอเงินรัฐฯหรือจากผู้สนับสนุนอย่างเดียวเพราะบางทีมันก็ไม่ได้ จึงต้องอยู่ได้ด้วยตัวเองแล้วมันจะอยู่ได้” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“ศูนย์การเรียนรู้ก็จะมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในกลุ่มคนที่ใครมีวัฒนธรรมอะไรประจำท้องถิ่นก็มาแลกเปลี่ยนกัน อย่างเช่นบางคนก็มีตักบาตรขนมครก อย่างของลุงนี่ก็เป็นวัดพระบางน้อยพระนอนแสนเหรียญ ส่วนวันเสาร์ วันสงกรานต์ เราก็มีกิจกรรม” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ลูกหลานก็ทำอยู่นะ เข้าไปทำใน 1 ไร่เลี้ยงคน 8 คน ตอนนี่ก็เพิ่มเข้ามาอีก 1 คน” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“อย่างบางคนมาเรียนรู้ที่นี้แล้วนำกลับไปทำที่บ้านตัวเอง ก็ทำเป็นสินค้าบ้างและประยุกต์ความคิดของลุงไปใช้ด้วย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ศูนย์การเรียนรู้ที่เราขาดไม่ได้เลย คือ 1) นวัตกรรม 2) จุดขาย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมาทำให้ลูกหลานดูมากกว่า เพราะเขาจะรู้สึกว่ามีความค่าเพราะเขาคุ่นชินกับของเหล่านี้ เขาเคยได้ทำมาก่อน แล้วทำให้รู้สึกว่าเขาไม่ด้วยค่าด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“ปลูกฝังให้เด็ก ๆ หรือคนรุ่นหลังได้รู้คุณค่าและภาคภูมิใจในความเป็นชาวนา ในของดีที่เราดี” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“ก็มีลูกหลาน เพราะจริง ๆ แล้วโครงการนี้เกิดมาจากพวกเขาตั้งแต่พวกเขาไปเรียน ลุงเลยมาทำส่วนนี้” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“มีการทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษแล้ว เพราะบรรพบุรุษคนสมุทรสงครามทำอาชีพเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าวอยู่แล้ว แต่คนทั่วไปมักจะรู้จักในชื่อ “น้ำตาลปี๊บ” มันก็คือน้ำตาลมะพร้าวแต่พอเอาใส่ปี๊บก็เลยเรียกน้ำตาลปี๊บ แต่สมัยรุ่นพ่อแม่ฉันเขาใส่หม้อ ก็จะเรียกว่า “น้ำตาลหม้อ”” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“พยายามสอนเด็ก ๆ ที่สนใจให้มาเรียนรู้กับเรา” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“พยายามที่จะสอนให้รุ่นเด็ก ๆ หาแรงจูงใจให้เขามาเรียนกับเรา” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ก็อยากสอนให้เขาเป็นมากที่สุดค่ะ” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ถ่ายทอดให้กับช่างในร้านนี้แหละครับ” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“เราก็จะมีการเรียนการสอนยิ่งถ้ามีรายได้ดีรุ่นเด็ก ๆ ก็จะสนใจไปด้วย” (ประธานกลุ่มกิจกรรมกระจุตบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“ก่อนนี้เราจะมีการสอนให้นักท่องเที่ยวและกับเด็ก ๆ ช่วงปิดเทอมใหญ่แต่พอเศรษฐกิจซบลง เราก็เลยไม่พร้อมต่อเนื่อง แต่ตั้งใจไว้แล้วว่าอนาคตจะเปิดสอนให้กับผู้ที่สนใจ” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“ตอนนี้โอนถ่ายให้กับลูกหลานบ้างแล้วและก็คนใกล้ชิด แต่เราจะให้เป็นคนในพื้นที่ เพราะอยากให้มันเป็นเอกลักษณ์ควบคู่ไปกับคนอัมพวา” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“อยากให้มีคนสนใจมาเรียนรู้ประวัติลายไทยเบญจรงค์กันเยอะ” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“เราต้องดึงวิถีไทยดั้งเดิมที่จากรุ่นสู่รุ่นมาให้คนเรียนรู้เพื่อจะได้ซึมซับไปในตัวว่าที่มาที่ไปของแต่ละชิ้นงานเป็นอย่างไร จะได้อรรถรส” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

นอกจากนี้ ยังเป็นการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการหรือคนในชุมชนเพื่อสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้ไปต่อยอดและพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของชุมชนได้ ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“การให้ความรู้กับแหล่งชุมชนให้เข้าใจก่อน ว่าการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร และควรทำอย่างไร” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“ให้ความรู้กับชาวบ้านในการทำโฮมสเตย์ การประกอบธุรกิจจากการท่องเที่ยว เข้าใจในบริบทของการทำอย่างไรให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เราควรให้ความรู้กับคนในพื้นที่เพราะส่วนมากเขาเป็นชาวสวนไม่ค่อยมีความรู้ เราต้องให้เขามีความเข้าใจ ต้องรวมตัวกันให้ได้ อย่าให้ใครหรือนักธุรกิจมาแก่งแย่งอาชีพของพวกเขา” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เรามีการถ่ายทอดและอบรมให้ทุกระดับเลย” (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เราจะคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน แสดงความคิดเห็นว่าจะทำอย่างไรกันในอนาคตของเขาและของเรา” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“เราจึงต้องนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดร่วมกับชุมชนจึงเกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“ปัญหาที่เราารู้สึกว่าประสบมากที่สุดคือการสร้าง story telling และการสื่อสารระหว่างเจ้าของทรัพยากรกับนักท่องเที่ยว จริง ๆ แล้วบ้านเรามีเรื่องราวเยอะมากแต่ไม่ได้เล่า ทางเราจึงพยายามที่จะทำการไปสอบถามชาวบ้านแล้วถอดนำมาเขียนเรียบเรียงแล้วนำไปอบรมเพื่อสื่อ

ความหมายให้กับชาวบ้าน” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“ถ้าอบรมแล้วสักพักเราก็ไม่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว เมื่อพวกเขาเห็นมีคนมาเที่ยวจากช่องทางต่าง ๆ เขาจะรู้สึกว่ามันเกิดขึ้นได้จริง มันก็จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เขาเห็นคุณค่าขึ้นมา ” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 5 องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการและกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งทั้งคนในครอบครัว หรือผู้สืบทอดกิจการ เกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ในท้องถิ่นเพื่อสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับเป็นการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการหรือคนในชุมชนเพื่อสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้ไปต่อยอดและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของชุมชนได้

#### 4.2.6 องค์ประกอบหลักที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในชุมชน (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainbletourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรชีวิตจากการกระจายความสุข กระจายรายได้ พัฒนาอย่างสร้างสรรค์แต่ก็สามารถอยู่ได้ สำเนียงบ้านเกิดก็สำคัญมาก ”(อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“อาชีพนี้พอจะเลี้ยงชุมชนได้สบายมาก” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีอะไรดี ๆ มาให้กับชุมชนบ้าง มีรายได้แทนที่จะอยู่บ้านกันเฉยๆ เราก็จะปลุกฝังว่านักท่องเที่ยวมาเพราะวิถีชีวิตแบบนี้ ”(อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“เริ่มกระจายงาน ส่งเสริมให้แต่ละหลังมีการทำสิ่งของต่าง ๆ ของข้าวสวย ของแฮนด์เมด หรืออาหาร อาหารพื้นบ้าน ขนมพื้นเมือง ขนมไทย น้ำสมุนไพรต่าง ๆ หรือบ้านไหนมีการปลูกพืช

ปลูกผักอะไร ก็นำมาส่ง 5 หลังนี้ ให้มีบริการรับซักรีดผ้า หรือรูปแบบบริการอื่น ๆ ทำให้เกิดอาชีพ รายย่อย” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“ลดความเลื่อมล้ำและเพิ่มการกระจายรายได้” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“ตอนนี้เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด อย่างโฮมสเตย์ เรือคายัค” (อธิบดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“หลังจากที่ประสบความสำเร็จแล้วก็ขยายสู่ชุมชน อย่างคนที่ยังไม่มีรายได้หรือรายได้ เสริม ก็ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจการ ใครมีผลิตภัณฑ์อะไรก็เข้ามาร่วมขายกัน คนจากโรงงานก็จะเข้า มารับซื้อ” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ตอนนี้ก็กำไรแล้ว ไร่เดียวได้เดือนละ 2 หมื่น โดยหักค่าใช้จ่ายแล้วก็เหลือหมื่นต้นๆ” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ก็ที่ว่าปีหนึ่งได้ 2 แสนกว่าก็ตาม 3 ช่องทางที่บอกเลย ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และแปรรูป” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ปี 62-63 ที่คนทำงานเงินเดือนได้เงินน้อย แต่ถ้ามีที่ดินแนะนำว่าออกไปทำกินแบบนี้จะ ไม่จน” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“พี่ก็อยากทำพวกแผนที่ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวแบบ one day trip โดยที่สามารถไป แหล่งท่องเที่ยวใกล้ตลาดไต้โตนดได้อย่างคุ้มค่าในวันเดียวและเป็นการกระจายรายได้ให้ชาวบ้านอื่น ๆนอกเหนือจากในตลาดด้วย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“เราต้องคำนวณและมีลิมิตในการทำน้ำตาลออกมาด้วยค่ะ เพราะโครงการมีเงิน พระราชทานหรือเงินบริจาคก็จริง แต่เราก็ต้องเลี้ยงตัวของเราเองให้ได้ด้วย ไม่ใช่ต้องรอแต่เงินบริจาค ส่วนรายได้ที่ได้มาจากการขายของโครงการ เราก็จะส่งยอดให้ส่วนกลางหมดเลยวันต่อวัน” (ผู้บริหาร เตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ทำกันทุกครัวเรือนเลย อย่างในสมาชิกกลุ่มก็มี 60 คน ก็สามารถสร้างรายได้ให้แก่ สมาชิกได้” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“ทำให้มีเงินไหลเข้ามาในประเทศไทย เพราะงานด้านนี้ชาวต่างชาติจะชอบมาก ก็จะซื้อ กลับไปบ้านตนเอง” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญจรเบญจงค์, 9 พ.ค. 2561)

“วิสาหกิจฯ มีผลให้เศรษฐกิจเฟื่องฟู” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“การทำให้ชุมชนมีการขยายผล การสร้างเครือข่าย และ การกระจายรายได้ แล้วอีกส่วนหนึ่งคือการลดต้นทุน คือนำวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในชุมชนที่ไม่ต้องนำมาจากที่อื่น นำมาทำเป็นจุดเด่นหรือจุดขายให้กับแหล่งชุมชน แล้วรายได้ที่เข้ามาก็จะเป็นรายได้หมุนเวียนที่ 100%” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“เรานำเรื่องของเงินนี้มาจับพินิจดูว่าการที่เขาได้รายได้แล้วทำให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนหรือไม่ เพราะมันจะไปตอบโจทย์เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำและในเรื่องการจ้างงานด้วย” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“ททท.จะเน้น mass tourism ทั้งหมด แล้วตอนนั้นนโยบายรัฐบาลที่สนับสนุน อพท. ไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างรายได้ แต่เน้นในเรื่องเป็นเครื่องมือลดความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น คนในชุมชนมีงานทำ และมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

#### 4.2.7 องค์ประกอบหลักที่ 7 องค์ประกอบด้านสังคม

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของภาคสังคมเพื่อรักษาสมดุลในสังคมในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็ง และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตลอดจนสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน พื้นที่ (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainable tourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“คนในชุมชนมีความสุข ก็มาร่วมทำกิจกรรม มีปรึกษากันดีค่ะ” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“หลังจากที่ประสบความสำเร็จแล้วก็ขยายสู่ชุมชน อย่างคนที่ยังไม่มีรายได้หรือรายได้ เสริม ก็ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจการ ใครมีผลิตภัณฑ์อะไรก็เข้ามาร่วมขายกัน คนจากโรงงานก็จะเข้า มารับซื้อ” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ดูที่คน เขามีรอยยิ้มใหม่ วัดจากความสุข เขามาต่อเนื่องใหม่” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมนาโปแก, 18 พ.ย. 2561)

“ถ้าถามในส่วนของคุณนะ กลุ่มนะพร้อม ชุมชนก็พร้อมนะ” (ประธานกลุ่มกิจกรรม ท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“พวกเขาเองก็เป็นชาวประมงอยู่แล้วแต่เขาก็มีส่วนร่วมนะ” (ประธานกลุ่มกิจกรรม ท่องเที่ยวประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“ช่วยให้เกิดความเท่าเทียมกัน เพราะเราสามัคคีกันดีด้วยค่ะ” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เริ่มกระจายงาน ส่งเสริมให้แต่ละหลังมีการทำสิ่งของต่าง ๆ ของข้าวสวย ของแฮนด์เมด หรืออาหาร อาหารพื้นบ้าน ขนมพื้นเมือง ขนมไทย น้ำสมุนไพรต่าง ๆ หรือบ้านไหนมีการปลูกพืช ปลูกผักอะไร ก็นำมาส่ง 5 หลังนี้ ให้มีบริการรับซักรีดผ้า หรือรูปแบบบริการอื่น ๆ ทำให้เกิดอาชีพ รายย่อย ส่วนพนักงานของบ้าน 5 หลังนี้ก็มาจากลูกหลานของบ้าน 25 หลังที่เหลือเหมือน 5 หลังนี้ เป็นรายได้หลัก แล้วอีก 25 หลังเป็นรายได้เสริม แน่่อนว่ารายได้นั้นไม่เท่ากัน แต่ก็ยังทำให้มีการ กระจายรายได้อย่างทั่วถึง( ”อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีอะไรดี ๆ มาให้กับชุมชนบ้าง” (อดีตรองอธิบดีกรมการ ท่องเที่ยว, 19 พ.ย. 2561)

“คนงานก็มี 3-4 คน ซึ่งก็เป็นลูก ๆ หลาน ๆ ด้วย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“อย่างบางคนมาเรียนรู้ที่นี่แล้วนำกลับไปทำที่บ้านตัวเอง ก็ทำเป็นสินค้าบ้างและประยุกต์ ความคิดของลงไปใช้ด้วย” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน ซึ่งพ่อก็จะมีการสอนดนตรี คุณตาที่เป็นมโนราห์ ทีนี้ เราก็มาคิดต่อว่าเรายังให้อะไรชุมชนไม่พอ ทั้งที่คนข้างนอกมาเยี่ยมชมมาเที่ยวมาดู แต่คนในหมู่บ้าน ละแวกนี้ไม่ได้สนใจเท่าที่ควร เราจึงหากิจกรรมให้เด็ก ๆ ทำแล้วหาคนมาสอนเด็ก ๆ แล้วก็พยายาม



รวมกลุ่มคนที่ขายของตามข้างทางมาขายด้วยกันจึงได้เกิดตลาดขึ้นมา” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“อาชีพนี้พอจะเลี้ยงชุมชนได้สบายมาก” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ทำกันทุกครัวเรือนเลย อย่างในสมาชิกกลุ่มก็มี 60 คน” (ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“วิสาหกิจฯนี้มีกิจกรรมเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน เพราะผมจะมีงานส่วนตัวหรืองานเชิงต้อนรับผู้หลักผู้ใหญ่เชื้อพระวงศ์ ผมจะเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง เขาจะรู้จักและภูมิใจกันมาก” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“กลุ่มคนในชุมชนของพี่ให้ความร่วมมือดี” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“ไม่มีความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่นี่จะดีอย่าง ทุกคนรู้จักกันเพราะเป็นชาวบ้าน” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“คนในชุมชนมีการให้ความร่วมมือต่าง ๆ ดี” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“คนในวิสาหกิจฯนี้มีสภาพชีวิตที่ดีขึ้น” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“อย่างที่พี่ชายจะมีชุมชนเงินโบราณที่ล่มสลายไปแล้วก็แต่ยังมีรุ่นลูกหลานที่ยังอยู่ แล้วพอเรานำการท่องเที่ยวชุมชนไปจับในพื้นที่นี้ ไปต่อยอดของ CT ในเรื่องการเขียนหน้ากากจิว การวัฒนธรรมเงินโบราณ การทำขนม การทำอาหาร ที่นี้ก็เกิดตลาดชุมชนเงินโบราณขึ้นมา พอมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น พอวันเสาร์-วันอาทิตย์หรือวันหยุด ลูกหลานที่ไปเรียนในกรุงเทพฯหรือต่างเมืองก็จะกลับมาเพื่อมาแต่งชุดจีน หรือลูกหลานที่ไปทำงานต่างเมืองก็ได้กลับมาทำงานได้กลับมาอยู่กับครอบครัว ก็สร้างความสุขให้กับคนในท้องถิ่นได้มากขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตคนในชุมชนดีขึ้น” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

“สมมติว่ามีคนจากที่นั่นไปเรียนที่กรุงเทพฯ แล้วกลับมาบ้านเหมือนเป็นเยาวชนมีการรักบ้านเกิดอันนี้จะไปได้ไว แต่ถ้าเป็นคนที่อยู่ที่นั่นเขาจะไม่เคยเห็นอะไรมาก่อนเลย ปัญหาที่เราพบคือ

ถ้าเขาไม่เคยเห็นเขาก็จะมองภาพไม่ออกแล้วเขาก็จะไม่สนใจในระยะยาวเลย แต่จะสนใจแค่ตอนนี้ จะต้องได้เงินตอนนี้ ถ้าไม่ได้เงินตอนนี้เขาก็ไม่สนใจ” (เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 7 องค์ประกอบด้านสังคม จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของภาคสังคมเพื่อรักษาสมดุลในสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพราะคนในชุมชนมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ยิ่งไปกว่านั้นยังสร้างความสามัคคีในชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนได้

#### 4.2.8 องค์ประกอบหลักที่ 8 องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบในด้านนี้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด (Beech & Chadwick, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; sustainable tourism.net, 2004; UNWTO, 2005; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2019) ซึ่งจะเห็นได้จากความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ถ้าเราสร้างจิตใจพยายามให้เขามองว่าอะไรสำคัญกว่านั้น คือให้มีการสำนึกรักบ้านเกิด เราต้องสร้างความรู้สึกนี้ให้เกิดขึ้น ถ้ามันเกิดขึ้นได้นะเราก็ไม่ต้องมานั่งกังวล” (อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 30 พ.ย. 2561)

“พยายามให้ความรู้กับแม่ค้าในการปรับเปลี่ยนมาใช้ภาชนะที่เป็นธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ เพราะที่มุ่งเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“ใช้ชื่อว่ากรีนมาร์เก็ต เพราะเราไม่ใช้โฟมไม่ใช้พลาสติก” (ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดใต้โหนด, 18 พ.ย. 2561)

“ทุกกระเปาะนี้แล้วนะ ใช้แล้วใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่” (ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสารภี, 8 พ.ย. 2561)

“ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว รวมถึงคนที่นี่ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ” (ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนาโปก, 18 พ.ย. 2561)

“ส่วนใหญ่ก็ปล่อยไป บางทีก็ไปลงทะเล” (ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวประมงพื้นบ้านและธนาคารปู, 20 พ.ย. 2561)

“ไม่เคยมีลูกค้าบ่นว่าแพงนะคะ มีแต่บอกว่าสมราคาเพราะเป็นออแกร์นิกด้วย” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ไม่ค่ะ อย่างนี้ธรรมชาติดีแล้วค่ะ” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เราผลิตน้ำยาล้างจานเองด้วยค่ะ ช่วยรักษาสิ่งแวตล้อม” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เยอะเยอะค่ะ บางทีพวกคณะเขาก็มาร่วมกิจกรรมปลูกต้นไม้บ้าง มาช่วยเก็บขยะให้บ้าง” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“เรื่องขยะค่ะ เพราะยังมีคนมากขยะก็ยิ่งเยอะ บางทีขยะลอยอยู่ในคลองแล้วปลาวายเข้าไปติดในถุงก็มี ก็อยากให้ทุกคนใส่ใจเรื่องนี้กันหน่อยค่ะ ป้าเองก็ไปช่วยเขาตักขยะอยู่บ้าง แต่คนก็ยังให้ความร่วมมือกันน้อยอยู่” (ผู้บริหารเตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์, 8 พ.ย. 2561)

“ในกรรมวิธีของเราก็มีครับที่เป็นส่วนทำลาย คือการเผา เมื่อก่อนใช้ไม้เผาเยอะเลยครับ เดี่ยวนี้ใช้แก๊สก็ไม่ค่อยมีควันแล้ว แต่เราเพิ่งมาใช้แก๊สไม่กี่เดือนเองครับ” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“เปลี่ยนจากการเผาไม้มาเป็นแก๊ส” (ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร, 12 พ.ย. 2561)

“เรื่องความสะอาดของชุมชนต้องมีมากกว่านี้ เรื่องการทิ้งขยะ” (ประธานกลุ่มจักรสาน กระจุบบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“ก็ตอนนี้เริ่มจากคนในกลุ่มเราก่อน ปลูกฝังการทิ้งขยะให้เป็นที่” (ประธานกลุ่มจักรสาน กระจุบบายใจ, 21 พ.ย. 2561)

“สูตรสีที่ใช้ตอนนี้จะเป็นกาธรรมชาติ ไม่ใช่เคมี เพราะเราเน้นความปลอดภัย” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“คนอัมพวาไม่ได้ทำลาย แต่คนที่มาอยู่ใหม่เป็นผู้ทำลายมากกว่า” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“คนในชุมชนให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม” (ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชูเบญจรงค์, 9 พ.ค. 2561)

“โดยให้องค์ความรู้ กลไกของการขับเคลื่อน แล้วก็ดูเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อม ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และผลกระทบด้านเศรษฐกิจ เราพยายามให้เกิดความยั่งยืน เพราะถ้าให้เขาห่วงแต่ด้านเศรษฐกิจอย่างเดียว เขาก็ไม่ไปห่วงด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ไปห่วงทรัพยากรบ้านเขา แต่ถ้าให้เขาดูแลแต่ทรัพยากรเขาอย่างเดียว เขาก็อยู่ไม่ได้ หรือจะให้ดูแต่วัฒนธรรมไม่เปิดให้นักท่องเที่ยวเลย เขาก็อยู่ไม่ได้” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“และถ้าคนทุกคนหันมาใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ในแต่ละครัวเรือนมีบ่อดักไขมัน มีการจัดการมูลชีวภาพ มันก็จะเกิดความยั่งยืนในพื้นที่ไปโดยปริยาย” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 2562)

“จริง ๆ แล้วเราก็เหมือนกันทั่วโลกคือความสำคัญจะอยู่ที่ความดูแลในเรื่องของสภาพแวดล้อม การดูแลเรื่องทรัพยากร การดูแลด้านวัฒนธรรม เราต้องไม่ให้เกิดกระบวนการพัฒนามามีส่วนทำให้สิ่งเหล่านี้หายไป เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราทำอยู่เสมอในชุมชนคือต้องให้เขามีความสมดุล เช่น ชุมชนพงศกร แหล่งชุมชนเขาจะอยู่ในพื้นที่ป่าสงวน จะมีการปลูกต้นนางพญาเสือโคร่ง มันเหมือนกับเป็นการดูแลป่าไปด้วยแต่ก็สามารถแสวงหาผลประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวได้ด้วย แล้วพอรายได้เข้ามา เขาก็ตั้งเป็นกองทุนชุมชนส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งก็มอบให้กับกรมป่าไม้ เพื่อให้ นำกล้าพญาเสือโคร่งมาปลูกเพิ่ม มันจะเป็นการรักษาพื้นที่ป่าอย่างเป็นระบบเลย” (ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 18 ม.ค. 62)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบหลักที่ 8 องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวประหยัดพลังงาน และใช้วัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.3 ผลการคัดเลือกตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

##### 4.3.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) จาก Index of Item – Objective

Congruence: IOC

หลังจากทำการออกแบบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือในการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แล้วจากนั้นจึงนำข้อมูลไปให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบและวิเคราะห์ค่า IOC จากนั้นจึงนำผล IOC มาปรับปรุงแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ และเมื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่างแล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยตัวชี้วัด ซึ่งเป็นข้อมูลชนิดเชิงลำดับ (Scale) และเป็นเชิงปริมาณ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลโดยใช้

เทคนิคในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลซึ่งได้ทำ 2 รูปแบบคือ การวัดความตรง (Validity) และ การวัดความเชื่อถือได้ (Reliability)

ในการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ใช้ ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหา พิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบโดยพิจารณาเป็นรายข้อ วิธีการพิจารณาแบบนี้จะเรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าองค์ประกอบแต่ละข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือไม่หรือไม่อย่างไร โดยถ้ามีความสอดคล้องผู้เชี่ยวชาญจะให้ค่าเป็น “+1” แต่ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าองค์ประกอบข้อนั้นไม่มีความสอดคล้องกับปัจจัยจะให้ค่าเป็น “-1” และในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าองค์ประกอบข้อนั้นมีความสอดคล้องกับปัจจัยหรือไม่ก็จะให้ค่าเป็น “0” โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งจากการส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1. ผศ.ดร.ธนภัทร ยีชะเด (รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา)
2. นายสุธรรม เดชดี (อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว)
3. รศ.ดร.ชวลิต รัตนธรรมสกุล (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม)

เพื่อทำการตรวจสอบตัวชี้วัดแต่ละองค์ประกอบ มีผลการวิเคราะห์ IOC ดังแสดงผลการพิจารณาในตารางที่ 14 ต่อไปนี้

ตารางที่ 14 แสดงผลการพิจารณาค่า IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>องค์ประกอบด้านพื้นที่</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่าน มีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่าน สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่าน มุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่าน ยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนเกินไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
6. แหล่งท่องเที่ยวรองรับการท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีอารยสถาปัตยกรรมเพื่อรองรับผู้สูงอายุและคนพิการ	0	0	1	1	0.33	ไม่ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านกระบวนการ</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยว	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
สร้างสรรค์						
5. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว	1	1	0	2	0.67	ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์</b>						
1. กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ
2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน	1	1	0	2	0.67	ยอมรับ
4. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ



ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
เข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม						
<b>องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
2. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม	1	1	0	2	0.67	ยอมรับ
3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
5. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
6. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาวตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา ระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
2. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรครูปแบบใหม่ได้	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่าน สามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน						
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านสังคม</b>						
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการวางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่	0	1	1	2	0.67	ยอมรับ
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้สังคม/ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
<b>องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม</b>						
1. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
2. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
3. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ
4. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบ	1	1	1	3	1.00	ยอมรับ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	กรรมการตรวจ IOC			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
การดำเนินชีวิต ตลอดจน ประเพณี และวัฒนธรรม ดั้งเดิมของท้องถิ่น						
5. แหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบ การบริหารจัดการขยะอย่าง มีคุณภาพ มีการนำขยะมา ใช้และบริหารจัดการอย่าง คุ่มค่าลดการพึ่งพาสถานที่ หรือหน่วยงานอื่นในการ บริหาร	0	0	1	1	0.33	ไม่ ยอมรับ

#### 4.3.2 การหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) จาก Cronbach's Alpha Coefficient

เมื่อทำการประเมิน IOC โดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยก็ได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถาม และผู้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปสอบถามกับกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสถาน ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินงานเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างหลัก จากนั้นได้นำผลมาทำการวัด ความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ใน การทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยมีผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 15 ดังนี้

**ตารางที่ 15** การวัดความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกลุ่มตัวอย่างทดลอง

องค์ประกอบตัวชี้วัด	จำนวนข้อ	ค่าความสอดคล้องภายใน	ความสอดคล้องรวมรวม
องค์ประกอบด้านพื้นที่	5	.204-.529	.706
องค์ประกอบด้านกระบวนการ	5	.466-.664	.888
องค์ประกอบด้านกิจกรรม ท่องเที่ยวสร้างสรรค์	4	.480-.667	.796
องค์ประกอบด้านการบริหาร จัดการ	6	.512-.724	.876
องค์ประกอบด้านการจัดการ ความรู้	4	.476-.712	.893
องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ	4	.564-.753	.886
องค์ประกอบด้านสังคม	4	.438-.646	.879
องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม	4	.422-.886	.924

จากตารางที่ 15 สรุปว่าคำถามที่นำไปถามกลุ่มทดลองจำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่าคำถามที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้จริงได้ทุกข้อ เนื่องจากมีค่า Cronbach's Alpha เกิน 0.7 ในทุกข้อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) และมีค่าความสอดคล้องภายในเกินกว่า 0.2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 4.4 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

##### 4.4.1 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการวัดค่าความสอดคล้องภายในด้วย ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้ทดสอบในเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง (บทที่ 3) โดยในบทนี้นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมด (253 กลุ่มตัวอย่าง) นำผลมาทำการวัดความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยมีผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 16 ดังนี้

ตารางที่ 16 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

องค์ประกอบตัวชี้วัด	จำนวน ข้อ	ข้อที่	ค่าความเชื่อมั่น		ผล
			N = 30	N=253	
1. องค์ประกอบด้านพื้นที่	5	1-5	.706	.845	✓
2. องค์ประกอบด้านกระบวนการ	5	6-10	.888	.900	✓
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยว สร้างสรรค์	4	11-14	.796	.876	✓
4. องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ	6	15-20	.876	.895	✓
5. องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้	4	21-24	.893	.913	✓
6. องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ	4	25-28	.886	.897	✓
7. องค์ประกอบด้านสังคม	4	29-32	.879	.879	✓
8. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม	4	33-36	.924	.882	✓
<b>ภาพรวม</b>	<b>36</b>	<b>1-36</b>	<b>.856</b>	<b>.886</b>	

จากตารางที่ 16 ผลการประเมินความเชื่อมั่นแบบสอบถามเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนทั้ง 8 ด้าน โดยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กลุ่ม ก่อนเก็บข้อมูลจริงพบว่า ภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.856 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.706 – 0.924 และการทดสอบค่าความเชื่อมั่นอีกครั้งกับกลุ่มตัวอย่างเมื่อเก็บข้อมูลจริงจำนวน 253 กลุ่ม พบว่าภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.886 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.845 – 0.913 ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดคือด้านการจัดการความรู้ รองลงมาคือด้านกระบวนการ

#### 4.4.2 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเพื่อพิจารณาตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบว่ามีค่าสหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์หรือไม่ โดยถ้าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันแสดงว่าไม่มีองค์ประกอบร่วมและไม่มีประโยชน์ที่จะนำมาเมทริกซ์นั้นไปวิเคราะห์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรแบบสังเกตได้ทั้ง 36 ตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 17 ต่อไปนี้



ตารางที่ 17 แมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

Correlations																																						
ARI	AR2	AR3	AR4	AR5	PRCS1	PRCS2	PRCS3	PRCS4	CTA1	CTA2	CTA3	CTA4	MG1	MG2	MG3	MG4	MG5	MU1	MU2	MU3	MU4	MU5	EDW1	EDW2	EDW3	EDW4	Social	Social2	Social3	Event1	Event2	Event3	Event4	Event5				
ARI	1																																					
AR2	0.55	1																																				
AR3	0.73	0.71	1																																			
AR4	0.33	0.54	0.45	1																																		
AR5	0.49	0.7	0.52	0.53	1																																	
PRCS1	0.62	0.83	0.54	0.57	0.47	1																																
PRCS2	0.53	0.74	0.65	0.61	0.67	0.76	1																															
PRCS3	0.63	0.78	0.44	0.55	0.66	0.68	0.70	1																														
PRCS4	0.63	0.73	0.47	0.56	0.67	0.73	0.75	1																														
CTA1	0.47	0.54	0.47	0.54	0.57	0.57	0.59	0.65	1																													
CTA2	0.42	0.52	0.38	0.41	0.49	0.55	0.52	0.57	0.52	1																												
CTA3	0.45	0.44	0.32	0.31	0.33	0.37	0.33	0.37	0.37	0.71	1																											
CTA4	0.45	0.38	0.42	0.47	0.55	0.57	0.54	0.59	0.54	0.74	1																											
MG1	0.33	0.43	0.38	0.39	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	1																									
MG2	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	1																								
MG3	0.35	0.45	0.38	0.41	0.49	0.55	0.52	0.57	0.52	0.62	0.66	0.66	0.75	0.65	1																							
MG4	0.35	0.45	0.38	0.41	0.49	0.55	0.52	0.57	0.52	0.62	0.66	0.66	0.75	0.65	0.65	1																						
MG5	0.35	0.45	0.38	0.41	0.49	0.55	0.52	0.57	0.52	0.62	0.66	0.66	0.75	0.65	0.65	0.65	1																					
MU1	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	0.65	0.65	0.65	1																					
MU2	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	0.65	0.65	0.65	0.65	1																				
MU3	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	1																			
MU4	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	1																		
MU5	0.34	0.44	0.37	0.38	0.47	0.43	0.43	0.43	0.47	0.55	0.59	0.59	0.73	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	1																	
EDW1	0.48	0.52	0.43	0.45	0.52	0.54	0.57	0.61	0.61	0.67	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	1																
EDW2	0.48	0.52	0.43	0.45	0.52	0.54	0.57	0.61	0.61	0.67	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	1														
EDW3	0.48	0.52	0.43	0.45	0.52	0.54	0.57	0.61	0.61	0.67	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	1												
EDW4	0.48	0.52	0.43	0.45	0.52	0.54	0.57	0.61	0.61	0.67	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	1										
Social	0.45	0.7	0.72	0.65	0.65	0.66	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	1										
Social2	0.45	0.7	0.72	0.65	0.65	0.66	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	1								
Social3	0.45	0.7	0.72	0.65	0.65	0.66	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	1							
Social4	0.45	0.7	0.72	0.65	0.65	0.66	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	1						
Social5	0.45	0.7	0.72	0.65	0.65	0.66	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	1					
Event1	0.22	0.26	0.25	0.26	0.26	0.26	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	1								
Event2	0.25	0.32	0.27	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	1							
Event3	0.25	0.32	0.27	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	1						
Event4	0.25	0.32	0.27	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	1					
Event5	0.25	0.32	0.27	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	1				
Event6	0.22	0.26	0.25	0.26	0.26	0.26	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	

จากตารางที่ 17 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าข้อมูลสามารถใช้วิเคราะห์เทคนิคองค์ประกอบได้ (กาลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและการประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
- ชาย	94	37.2
- หญิง	159	62.8
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
- ต่ำกว่า 25 ปี	12	4.7
- 25 – 35 ปี	63	24.9
- 36 – 45 ปี	47	18.6
- 46 – 55 ปี	73	28.9
- 56 – 65 ปี	45	17.8
- 66 ปีขึ้นไป	12	4.7
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
- ประถมศึกษา	23	9.1
- มัธยมศึกษาตอนต้น	20	7.9
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	44	17.4
- อนุปริญญา/ปวส.	20	7.9
- ปริญญาตรี	118	46.6
- สูงกว่าปริญญาตรี	28	11.1
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ประมาณการรายได้ส่วนตัวต่อเดือน</b>		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	7	2.8
- 5,000 - 10,000 บาท	39	15.4
- 10,000 - 20,000 บาท	67	26.5
- 20,000 - 30,000 บาท	53	20.9
- 30,000 - 40,000 บาท	27	10.7
- 40,000 บาทขึ้นไป	58	22.9
- ไม่ระบุ	2	.8
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.00</b>

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล</b>		
- เจ้าของ/ผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ	110	43.5
- ผู้บริหารร้านค้า/กิจกรรม	19	7.5
- ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน	46	18.2
- สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการ	34	13.4
- พนักงาน/ลูกจ้าง	37	14.6
- ผู้นำเที่ยว	4	1.6
- ไม่ระบุข้อมูล	2	.8
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>
<b>6. ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ</b>		
- ต่ำกว่า 1 ปี	13	5.1
- 1-5 ปี	82	32.4
- 6-10 ปี	43	17.0
- 11-15 ปี	36	14.2
- 16-20 ปี	26	10.3
- มากกว่า 20 ปี	49	19.4
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ข้อมูลพบว่าเป็นชาย 94 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 เป็นหญิง 159 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 46-55 ปี เป็นผู้ให้ข้อมูลสูงสุด (28.9%) ตามด้วย 25 – 35 ปี (24.9%) และ 26-45 ปี (18.6%) ตามลำดับ ส่วนของระดับการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (46.6%) ตามด้วยระดับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (17.4%) และสูงกว่าปริญญาตรี (11.1%) โดยมีช่วงรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาทสูงสุด (26.5%) ตามด้วย 40,000 บาทขึ้นไป (22.9%) และ 20,000 – 30,000 บาท (20.9%) โดยผู้ที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ/ผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ (43.5%) ตามด้วยผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน (18.2%) และพนักงาน/ลูกจ้าง (14.6%) โดยมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ 1-5 ปี (32.4%) ตามด้วยมากกว่า 20 ปี (19.4%) และ 6-10 ปี (17%) ตามลำดับ

#### 4.5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคต่าง ๆ จำนวน 6 ภูมิภาคในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 1) กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 ตัวอย่าง 2) ภาคกลาง จำนวน 50 ตัวอย่าง 3) ภาคเหนือ จำนวน 50 ตัวอย่าง 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 50 ตัวอย่าง 5) ภาคตะวันออก จำนวน 50 ตัวอย่าง และ 6) ภาคใต้ จำนวน 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 300 กลุ่มตัวอย่าง และได้รับการตอบกลับจำนวน 253 ตัวอย่าง ดังแสดงรายละเอียดตารางที่ 19 ต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงแหล่งที่ตั้งของผู้ให้ข้อมูล

แหล่งที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	37	14.62
ภาคกลาง	43	17.00
ภาคเหนือ	46	18.18
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	45	17.79
ภาคตะวันออก	42	16.60
ภาคใต้	38	15.02
ไม่ระบุ	2	0.79
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 แหล่งที่ตั้งของผู้ให้ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่จากภาคเหนือจำนวน 46 กลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ 18.18) ตามด้วยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.79) ภาคกลาง 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.00) ภาคตะวันออกจำนวน 42 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.60) ภาคใต้จำนวน 38 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.02) และกรุงเทพมหานครจำนวน 37 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.62)

ตารางที่ 20 แสดงประเภทธุรกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ใช่	ไม่ใช่
- ธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์	236	17
- ธุรกิจการให้บริการ	152	101
รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ	ใช่	ไม่ใช่
- เจ้าของคนเดียว	97	156

- วิสาหกิจชุมชน	125	128
- ผลิตภัณฑ์ OTOP	125	128
- บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	20	233
- ดำเนินการภายใต้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	12	241
- ดำเนินงานภายใต้หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ	19	232

จากตารางที่ 20 แสดงประเภทของธุรกิจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีธุรกิจการจำหน่ายสินค้าจำนวน 236 ตัวอย่างและธุรกิจให้บริการจำนวน 152 ตัวอย่างโดยรูปแบบของการดำเนินธุรกิจนั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทวิสาหกิจชุมชน และ OTOP ตามด้วยธุรกิจเจ้าของคนเดียว

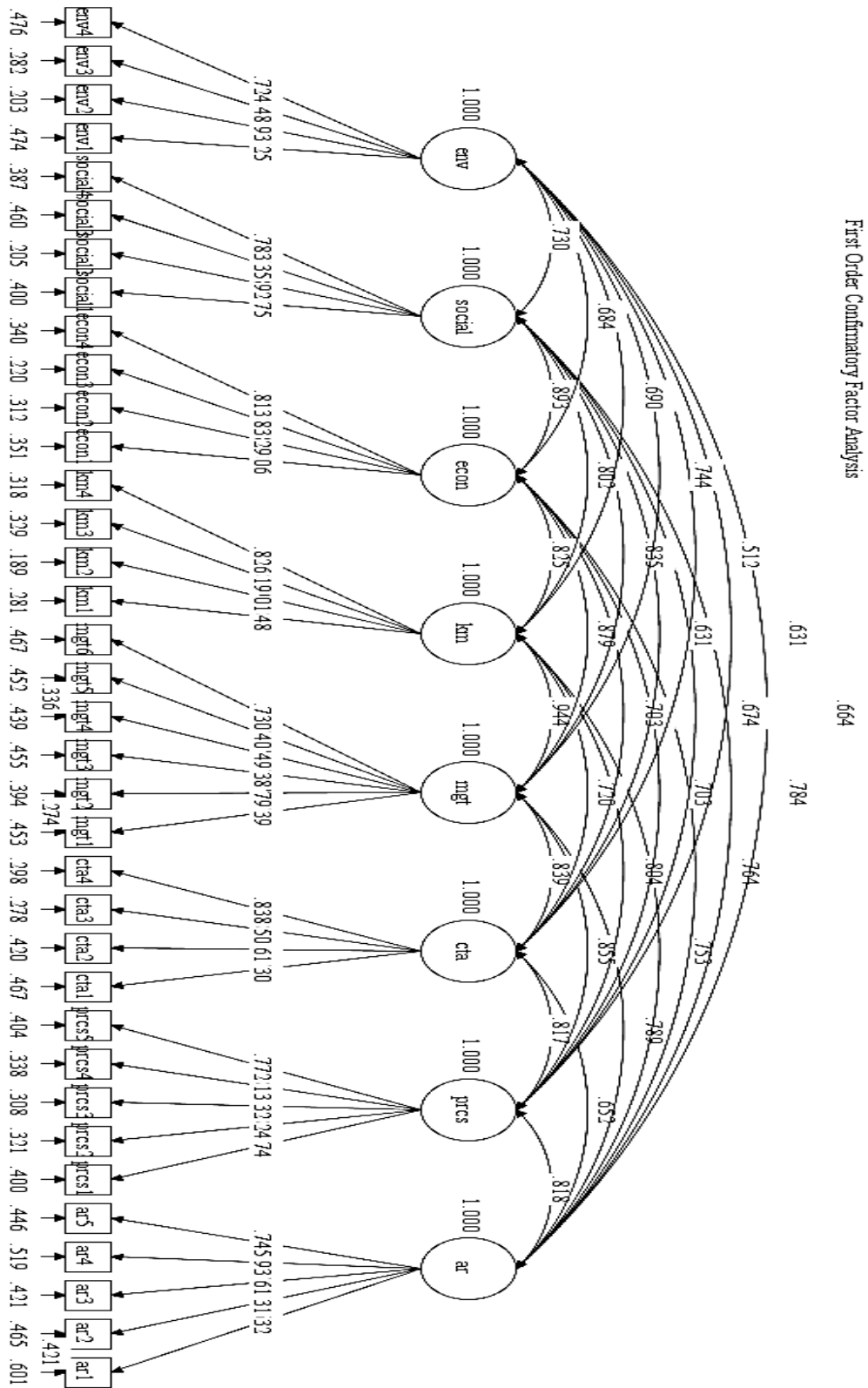
#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงยืนยันองค์ประกอบ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเพื่อตรวจสอบการวัดคุณลักษณะได้ตรงตามองค์ประกอบของโครงสร้างการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงสำรวจที่มุ่งศึกษาโมเดลการวัด (measurement model) โดยที่ไม่มีสมมติฐานกำหนดไว้ แต่จะใช้ข้อมูลทางสถิติเป็นเครื่องมือในการระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (variable) กับองค์ประกอบ (factors) (ไชยันต์ สกฤษรีประเสริฐ, 2556) โดยในขั้นตอนนี้จะพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มากกว่า 0.30 ขึ้นไป เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันว่าข้อคำถามที่ใช้ที่วัดแต่ละข้อมีความเหมาะสม เป็นตัวแปรสังเกตได้ของแต่ละองค์ประกอบย่อยที่ทำการศึกษาหรือไม่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

### CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 4.6.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 แสดงดังภาพที่ 24 ดังนี้



ภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis)

ตารางที่ 21 แสดงดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1

ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน	เกณฑ์	ก่อนปรับโมเดล	ผลบ่งชี้	หลังปรับโมเดล	ผลบ่งชี้
1. ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square: $\chi^2$ )	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	1244.22	ไม่สอดคล้องกลมกลืน	1167.83	สอดคล้องกลมกลืน
2. df	-	566	-	563	-
3. ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: $\chi^2 / df$ )	$\chi^2 / df < 5.00$ (Hair et al., 2010)	2.19	สอดคล้องกลมกลืน	2.07	สอดคล้องกลมกลืน
4. ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	CFI > 0.90 (Hair et al., 2010)	0.901	สอดคล้องกลมกลืน	0.911	สอดคล้องกลมกลืน
5. ค่าดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI)	TLI > 0.90 (Bentler, 1990)	0.889	ไม่สอดคล้องกลมกลืน	0.901	สอดคล้องกลมกลืน
6. ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	RMSEA < 0.08 (Bentler, 1990)	0.071	สอดคล้องกลมกลืน	0.067	สอดคล้องกลมกลืน
7. ดัชนีรากของ	SRMR < 0.08	0.050	สอดคล้องกลมกลืน	0.048	สอดคล้องกลมกลืน

ดัชนีความ สอดคล้อง กลมกลืน	เกณฑ์	ก่อนปรับ โมเดล	ผลบ่งชี้	หลังปรับ โมเดล	ผลบ่งชี้
ค่าเฉลี่ยกำลังสอง ของส่วนเหลือ มาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)	(Bentler, 1990)		กลมกลืน		กลมกลืน

จากตารางที่ 21 แสดงดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับที่ 1 ซึ่งเมื่อพิจารณาดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลมีความ สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้งหมดผ่านเกณฑ์การ ยอมรับ คือค่าดัชนี  $\chi^2 / df = 2.07$ , CFI = 0.911, TLI=0.901, RMSEA = 0.067 และ SRMR = 0.048 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### 4.6.2 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงลู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (1<sup>st</sup>

##### Convergent Validity)

ความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) หมายถึง ข้อคำถามหรือตัวชี้วัดที่ใช้วัดในเรื่องเดียวกันซึ่งควรจะมีค่าความแปรปรวนร่วมที่อธิบายโดยองค์ประกอบเดียวกันสูง ซึ่งพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาตรฐานที่มีต่อตัวแปรแฝงเดียวกันที่สูงกว่า 0.5 ขึ้นไป ซึ่งการนำค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมายกกำลังสอง (variance extracted) จะแสดงถึงความแปรปรวนที่ตัวแปรสังเกตได้ถูกอธิบายโดยตัวแปรแฝง เมื่อนำ variance extracted ของตัวแปรสังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงเดียวกันมาหาค่าเฉลี่ยจะได้ average variance extracted (AVE) ซึ่งถ้าค่า AVE ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่ามีโมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดี (Hair et al., 2010) (ไชยันต์ สกกุลศรีประเสริฐ, 2556) โดยผลการวิเคราะห์ Convergent Validity ขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 ดังแสดงในตารางที่ 22



ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงลู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1

องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
<b>องค์ประกอบด้านพื้นที่ (AR)</b>		<b>0.509</b>	<b>0.838</b>
AR1- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ	0.632		
AR2- แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	0.731		
AR3- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน	0.761		
AR4-แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษา รูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง	0.693		
AR5-ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม	0.745		
<b>องค์ประกอบด้านกระบวนการ (PRCS)</b>		<b>0.645</b>	<b>0.900</b>
PRCS1-แหล่งท่องเที่ยวของท่าน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ	0.774		
PRCS2-แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)	0.824		
PRCS3-แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน	0.832		

องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่			
PRCS4-แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์	0.813		
PRCS5-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว	0.772		
<b>องค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (CTA)</b>		<b>0.634</b>	<b>0.873</b>
CTA1-กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	0.730		
CTA2-ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม	0.761		
CTA3-ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน	0.850		
CTA4-ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม	0.838		
<b>องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ (MGT)</b>		<b>0.557</b>	<b>0.883</b>
MGT1-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์	0.739		
MGT2-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของ	0.779		

องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
ท่าน มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม			
MGT3-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม	0.738		
MGT4-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรมที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา	0.749		
MGT5-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม	0.740		
MGT6-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน	0.730		
<b>องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (KM)</b>		<b>0.721</b>	<b>0.912</b>
KM1-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา ระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว	0.848		
KM2-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี กับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม	0.901		

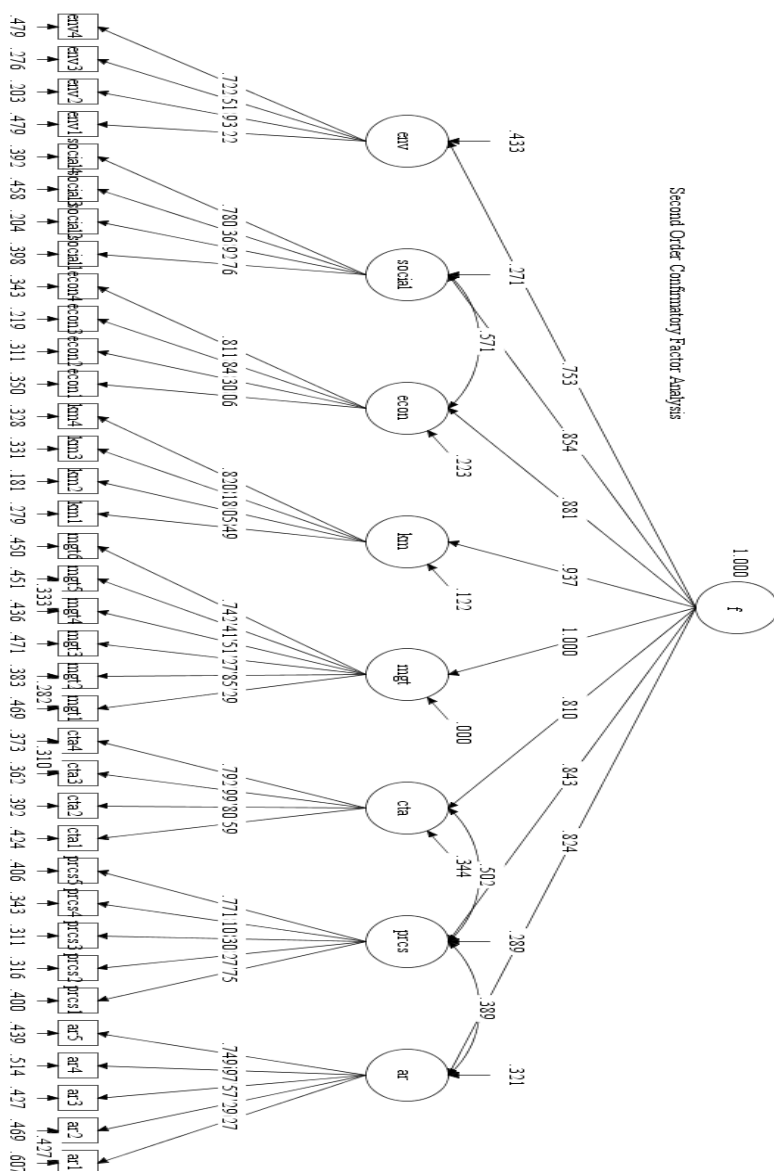
องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
KM3-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยว และลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้	0.819		
KM4-แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้	0.826		
<b>องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ (ECON)</b>		<b>0.964</b>	<b>0.901</b>
ECON1-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในชุมชน	0.806		
ECON2-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่	0.829		
ECON3-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ	0.883		
ECON4-แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว	0.813		
<b>องค์ประกอบด้านสังคม (Social)</b>		<b>0.637</b>	<b>0.875</b>
Social1-แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่	0.775		
Social2-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้	0.892		

องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
สังคม/ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น			
Social3-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	0.735		
Social4-แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน	0.783		
<b>องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม (ENV)</b>		<b>0.642</b>	<b>0.877</b>
ENV1-สถานที่ท่องเที่ยวของท่านไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ	0.725		
ENV2-สถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด	0.893		
ENV3-สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ	0.848		
ENV4-สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น	0.724		

จากตารางที่ 22 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงลู่เข้า (convergent validity) ของตัวชี้วัด และละองค์ประกอบที่มีต่อตัวแปรแฝงเดียวกัน ซึ่งพบว่าทุกตัวมีค่าเกินกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าคำถามที่ใช้ในการประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนั้นมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดี (ไชนันต์ สุกุลศรีประเสริฐ, 2556)

#### 4.6.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (Second Order Confirmatory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 เป็นการทดสอบคุณสมบัติของแต่ละองค์ประกอบว่าสามารถเป็นตัวแทนที่แท้จริงของตัวแปรแฝงที่ต้องการจะศึกษาหรือไม่ โดยผู้วิจัยได้นำคะแนนแต่ละองค์ประกอบมาทดสอบความสอดคล้องค่าความกลมกลืนของโมเดลการวัดด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 2 ดังแสดงในภาพที่ 24 และตารางแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 23



ภาพที่ 24 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (Second Order Confirmatory Factor Analysis)

ตารางที่ 23 แสดงดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2

ดัชนีความสอดคล้อง กลมกลืน	เกณฑ์	ก่อน ปรับ โมเดล	ผลบ่งชี้	หลังปรับ โมเดล	ผลบ่งชี้
1. ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square: $\chi^2$ )	ไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ	1292.08	ไม่ สอดคล้อง กลมกลืน	1204.98	สอดคล้อง กลมกลืน
2. df	-	583	-	579	-
3. ค่าสถิติไค-สแควร์ สัมพันธ์ (Relative Chi- square: $\chi^2 / df$ )	$\chi^2 / df < 5.00$ (Hair et al., 2010)	2.22	สอดคล้อง กลมกลืน	2.08	สอดคล้อง กลมกลืน
4. ดัชนีวัดระดับความ เหมาะสมพอดีเชิง เปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	CFI > 0.90 (Hair et al., 2010)	0.896	ไม่ สอดคล้อง กลมกลืน	0.908	สอดคล้อง กลมกลืน
5. ค่าดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI)	TLI > 0.90 (Bentler, 1990)	0.888	ไม่ สอดคล้อง กลมกลืน	0.900	สอดคล้อง กลมกลืน
6. ดัชนีรากที่สองของความ คลาดเคลื่อนในการ ประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	RMSEA < 0.08 (Bentler, 1990)	0.071	สอดคล้อง กลมกลืน	0.067	สอดคล้อง กลมกลืน
7. ดัชนีรากของค่าเฉลี่ย กำลังสองของส่วนเหลือ มาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)	SRMR < 0.08 (Bentler, 1990)	0.055	สอดคล้อง กลมกลืน	0.050	สอดคล้อง กลมกลืน

จากตารางที่ 23 เมื่อพิจารณาดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 พบว่า โมเดลมีความ สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้งหมดผ่านเกณฑ์การ ยอมรับ คือค่าดัชนี  $\chi^2 / df = 2.08$ , CFI = 0.908, TLI=0.900, RMSEA = 0.067 และ SRMR = 0.050 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เชิงยืนยันอันดับที่ 2 ของแต่ละองค์ประกอบของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งเกณฑ์โดยทั่วไปของค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอย่างน้อยควรมีค่า 0.50 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) คือค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยซึ่งบอกว่าตัวชี้วัดในโมเดลการวัดสามารถเป็นตัวแทนที่แท้จริงของตัวแปรแฝงได้ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) เป็นการบอกค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 ถ้ามากกว่า 0.7 แสดงว่าตัวแปรแฝงมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี (Hair et al., 2010) และจากผลการวิเคราะห์ค่า Factor Loading, AVE และ ค่า CR ดังแสดงในตารางที่ 23

#### 4.6.4 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงลู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 (2<sup>nd</sup> Convergent Validity)

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงลู่เข้าขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2

องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
องค์ประกอบ		0.750	0.960
องค์ประกอบด้านพื้นที่	0.824		
องค์ประกอบด้านกระบวนการ	0.843		
องค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์	0.810		
องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ	1.000		



องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	Factor Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้	0.937		
องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ	0.881		
องค์ประกอบด้านสังคม	0.854		
องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม	0.753		

จากตารางที่ 24 พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) โดยค่า Factor loading ขององค์ประกอบด้านพื้นที่ = 0.824 ด้านกระบวนการ = 0.843 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ = 1.00 ด้านการจัดการความรู้ = 0.937 ด้านเศรษฐกิจ = 0.881 ด้านสังคม = 0.854 และด้านสิ่งแวดล้อม = 0.753 ซึ่งพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกค่าอยู่ในระดับที่ดีเนื่องจากมีค่าเกิน 0.70 (Hair et al., 2010) นอกจากนี้ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) = 0.750 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50 และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) = 0.960 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) ดังนั้นสรุปได้ว่า ทุกข้อคำถามของการพัฒนาตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถนำมาใช้ในการประเมินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ทั้งหมดโดยไม่ต้องตัดข้อคำถามใด ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 4.7 ข้อเสนอแนะอื่นจากการสำรวจการพัฒนาตัวชี้วัดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ในส่วนของคำถามปลายเปิดนั้นผู้วิจัยได้กำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถนำเสนอรูปแบบหรือกำหนดประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งแสดงรายละเอียดในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ประเด็นข้อเสนอแนะ	ความถี่	หมายเหตุ
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และทำป้ายเพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย	35	
2. การสนับสนุนจากภาครัฐ (ทั้งเรื่องงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยี)	18	
3. การรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการจัดการจัดการท่องเที่ยว	15	
4. การพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	10	
5. การสร้างศูนย์การเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา	8	
6. การปลูกฝังค่านิยมตั้งแต่เด็ก ๆ เกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม ให้มีความรักและรับผิดชอบ	6	
7. ต้องให้ลูกหลานสืบสานต่อให้ได้	5	
8. การจัดการขยะ	4	
9. การสนับสนุนส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่กับมาพัฒนาบ้านเกิด	4	
10. สนับสนุนงบประมาณให้เด็กรุ่นใหม่ในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก และการสร้างงาน	3	
11. การต่อยอดผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาให้หลากหลายและตรงตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย	3	
12. การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ ให้สินค้าไปขายที่อื่นได้	3	
13. เน้นธรรมชาติ อย่าไปปรุงแต่งธรรมชาติมากนัก	2	
14. ชุมชนอยู่ได้ด้วยชุมชนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพานักท่องเที่ยว	2	
15. ปรับราคาสินค้าให้ถูกลง อย่าเน้นขายเฉพาะนักท่องเที่ยว คนในพื้นที่ก็ต้องซื้อได้ในราคาที่เหมาะสม	1	
16. การจัดทำบัญชี รายรับรายจ่าย และการจัดการด้านการเงิน	1	
17. ดำเนินกิจการตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง	1	
18. การพัฒนาการคมนาคมให้เดินทางมาเที่ยวได้สะดวก	1	

#### 4.8 สรุปคุณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ นักวิชาการ และผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลนโยบายและงบประมาณ สนับสนุนการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ เพื่อให้ได้คุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งพบว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ และ 36 ตัวบ่งชี้ ซึ่งกระบวนการได้มาซึ่งตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสรุปได้ดังตารางที่ 26 ต่อไปนี้

ตารางที่ 26 สรุปผลการสร้างตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
1. องค์ประกอบด้านพื้นที่	1.1 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
	1.2 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	✓	✓	✓	✓	✓
	1.3 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
	1.4 แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง	✓	✓	✓	✓	✓
	1.5 ผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	ท่องเที่ยว) ในชุมชน (ได้ตระหนักว่าคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม					
	1.6 แหล่งท่องเที่ยวรองรับการท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับผู้สูงอายุและคนพิการ	✓	✓	✗	-	✗
2. ด้านกระบวนการ	2.1 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ	✓	✓	✓	✓	✓
	2.2 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)	✓	✓	✓	✓	✓
	2.3 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่	✓	✓	✓	✓	✓
	2.4 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือ	✓	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	กิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสร้างสรรค์					
	2.5 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์	3.1 กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓
	3.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
	3.3 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน	✓	✓	✓	✓	✓
	3.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งใน	✓	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	กิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม					
4. ด้านการบริหารจัดการ	4.1 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์	✓	✓	✓	✓	✓
	4.2 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
	4.3 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
	4.4 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา	✓	✓	✓	✓	✓
	4.5 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน	✓	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	ท่าน มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม					
	4.6 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน	✓	✓	✓	✓	✓
5.องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้	5.1 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว	×	✓	✓	✓	✓
	5.2 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม	×	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	5.3 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรม เพื่อถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยว และลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้	x	✓	✓	✓	✓
	5.4 แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้	x	✓	✓	✓	✓
6. องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ	6.1 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
	6.2 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่	✓	✓	✓	✓	✓
	6.3 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ	✓	✓	✓	✓	✓



องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	6.4 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจและเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
7. องค์ประกอบด้านสังคม	7.1 แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่	✓	✓	✓	✓	✓
	7.2 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้สังคม/ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	✓	✓	✓	✓	✓
	7.3 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	✓	✓	✓	✓	✓
	7.4 แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน	✓	✓	✓	✓	✓
8. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม	8.1 สถานที่ท่องเที่ยวของท่านไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ	✓	✓	✓	✓	✓

องค์ประกอบ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทบทวนวรรณกรรม	สัมภาษณ์เชิงลึก + ผู้เชี่ยวชาญ	IOC	วิเคราะห์องค์ประกอบ	ผล
	8.2 สถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด	✓	✓	✓	✓	✓
	8.3 สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
	8.4 สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓
	8.5 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการขยะอย่างมีคุณภาพ มีการนำขยะมาใช้และบริหารจัดการอย่างคุ้มค่าลดการพึ่งพาสถานที่หรือหน่วยงานอื่นในการบริหาร	✗	✓	✗	-	✗

#### 4.9 ผลการสร้างกรอบแนวคิดทฤษฎีในการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (SCT Indicator Theoretical Framework)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวกับคุณลักษณะ องค์ประกอบและตัวชี้วัด ตลอดจนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจาก ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการ และผู้บริหาร ในองค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ องค์ประกอบและตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้นำตัวชี้วัดบางประเด็นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีความคล้ายคลึงมารวมไว้ด้วยกัน และได้นำตัวชี้วัดบางตัวที่ไม่ได้ ถูกกล่าวถึงมากนักจากการสัมภาษณ์เชิงลึกออกไป ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ (การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ Content Analysis จากการสัมภาษณ์เชิงลึก) สามารถนำมาสรุปเป็นองค์ประกอบและ ตัวชี้วัดแต่ละองค์ประกอบได้ 8 องค์ประกอบโดยในแต่ละองค์ประกอบประกอบด้วยตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และ องค์ประกอบทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ การสะท้อนถึงความเป็น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดย ในองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- 1.1 แหล่งท่องเที่ยวความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ
- 1.2 แหล่งท่องเที่ยวสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
- 1.3 แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน
- 1.4 แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง
- 1.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม
- 1.6 แหล่งท่องเที่ยวรองรับการท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีอารยสถาปัตยกรรมรองรับผู้สูงอายุและคนพิการ

องค์ประกอบที่ 2 องค์ประกอบด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยน

วัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความประทับใจ ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบังคับที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- 2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ
- 2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)
- 2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่
- 2.4 แหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยวในความกระตือรือร้นในการแนะนำ การถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมและความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบังคับที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- 3.1 กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น
- 3.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม
- 3.3 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน
- 3.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบังคับที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์
- 4.2 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม

4.3 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม

4.4 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรมที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา

4.5 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม

4.6 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการจัดการความรู้ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

5.1 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา ระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว

5.2 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม

5.3 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้

5.4 แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้

องค์ประกอบที่ 6 องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

6.1 แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในชุมชน

6.2 แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่

6.3 แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ

6.4 แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 7 ด้านสังคม หมายถึง การรักษาสมดุลทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดีต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

7.1 แหล่งท่องเที่ยวเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

7.2 แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้ประชาชนในพื้นที่มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

7.3 แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำลายความเหลื่อมล้ำทางสังคม

7.4 แหล่งท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 8 ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

8.1 สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ

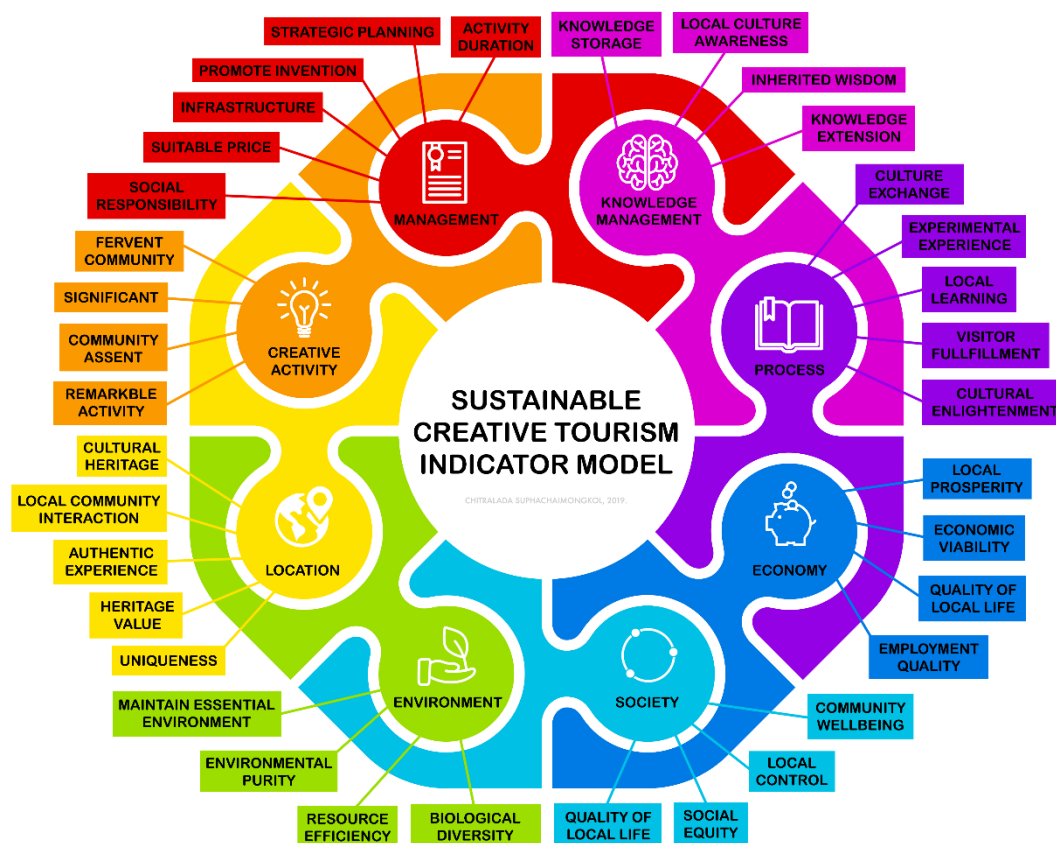
8.2 สถานที่ท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

8.3 สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ

8.4 สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

8.5 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการขยะอย่างมีคุณภาพ มีการนำขยะมาใช้และบริหารจัดการอย่างคุ้มค่าลดการพึ่งพาสถานที่หรือหน่วยงานอื่นในการบริหารจัดการขยะ

#### 4.10 โมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Indicator Model)



ภาพที่ 25 โมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (ผู้วิจัย)

สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ได้พัฒนาต้นแบบโมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมปัจจัยใหม่คือ กิจกรรมสร้างสรรค์ การจัดการความรู้ และการจัดการกระบวนการ ทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยโมเดลประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบ (ดังแสดงในภาพที่ 25) 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 4) ด้านการบริหารจัดการ 5) ด้านการจัดการความรู้ 6) ด้านเศรษฐกิจ 7) ด้านสังคม 8) ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้ง 8 องค์ประกอบมี 36 ตัวชี้วัดประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อีกทั้งยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิม อีกทั้งผู้คนในพื้นที่ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม โดยตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านพื้นที่คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง 5) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ (Richards & Wilson, 2008) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ของพื้นที่และการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรมีการส่งเสริมเอกลักษณ์และความโดดเด่น (strengthening identity and distinctiveness) ตลอดจนการสร้างบรรยากาศให้แก่สถานที่ (atmosphere' for places) 3) และสัมพันธ์กับแนวคิดของ Tiyaphipat (Tiyaphipat, 2017) ที่นำเสนอว่า Creative Tourism พัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นไปตามข้อเสนอของ UNESCO (2006) ที่ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม (Using existing resource) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Suddan Wisduthiluck (2016) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติที่โดดเด่น และเจ้าของกิจกรรมสร้างสรรค์ต้องมีความตระหนักต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่ ยังสอดคล้องกับรายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา (2553) ที่ได้อธิบายว่าปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นการศึกษาด้านอาคารและเมืองในเชิงกายภาพ (Physical) หรือเชิงพื้นที่ (spatial) เพื่อความเข้าใจในรูปแบบเชิงสัณฐานของเมืองและอาคารอย่างชัดเจน ควบคู่กับปัจจัยอื่น เช่น ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และจิตวิทยาเพื่อสร้างความเข้าใจเมือง สถาปัตยกรรม หรือสิ่งแวดล้อมโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีกระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการ



เรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยองค์ประกอบด้านกระบวนการประกอบด้วยตัวบ่งชี้คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และ 5) แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสัมพันธ์กับข้อเสนอของ UNESCO (UNESCO, 2006) ที่ได้นำเสนอลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่าต้องมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกหรือการค้นพบ (self-expression/discovery) นอกจากนี้องค์ประกอบด้านกระบวนการยังสัมพันธ์กับแนวคิดของ Doosti et al. (Doosti et al., 2017) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการบูรณาการในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม (Cultural interaction) และสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์ (Learning and interaction in the environment) มีการบูรณาการทางวัฒนธรรม (Integration of Cultures) นอกจากนี้ Suddan Wisudthiluck et al., (Suddan Wisudthiluck et al., 2016) ได้นำเสนอว่าองค์ประกอบตัวชี้วัดของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นควรมี 1) มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม (Cross cultural exchange) 2) มีการสร้างประสบการณ์ตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจกรรม (Direct experience between tourist and activity owner) 3) มีกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่ (Knowledge transfer process deep understanding of the place)

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ กล่าวคือการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยว โดยกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรมหรือประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2006) ที่นำเสนอว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other) และมีการสร้างประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม

(Hands-on experience) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences) และนักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creating tourism experience) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Dootsi et al. (Doosti et al., 2017) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องกิจกรรมการเรียนรู้และโต้ตอบกับผู้คน (Learning and interacting with people) และสอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่นำเสนอโดย ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวารภรณ์ ปัญญาวัตติ (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561) ที่ว่า ต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/deep meaning/understanding of the specific cultural of the place) และต้องสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกทางวัฒนธรรม (Ability to present meaning of culture heritage) นอกจากนี้ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2558) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นเจ้าของกิจกรรมต้อง 1) มีความเป็นเจ้าบ้านที่พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำขั้นตอน วิธีการและการถ่ายทอดความหมายของกิจกรรม 2) มีความสามารถในการสื่อสารและสามารถสื่อความหมายที่สำคัญของกิจกรรม

4. องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เช่น การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและติดตามการประเมินผลแผนปฏิบัติงานนั้นด้วย ซึ่งองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการสัมพันธ์กับแนวคิดของฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวารภรณ์ ปัญญาวัตติ (2561) ที่ได้นำเสนอว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดตั้งกลุ่มการบริหารงานโดยชุมชน และมีเครือข่าย กลุ่มองค์กรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 2) แหล่งท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน 3) แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำ อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว 4) แหล่งท่องเที่ยวมีอุปกรณ์การท่องเที่ยวจำนวนเพียงพอ และมีระบบรักษาความปลอดภัย และ Dootsi et al. (Doosti et al., 2017) ได้นำเสนอว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีส่วนร่วมในการบริการ (Learning and engaging in services) นอกจากนี้ อรุมา เตพลกุลและคณะ (2561) ได้นำเสนอเกณฑ์วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน

การบริหารจัดการประกอบด้วย 1) ความเหมาะสมในการจัดพื้นที่ 2) ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และ 3) มีความเหมาะสมในด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม

5. องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ กล่าวคือ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องมีกระบวนการในการบริหารจัดการความรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา การมีกิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้คนรุ่นใหม่ ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งจากการวิจัยพบว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ประกอบด้วยด้วยชีวิตคือ 1) ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัวหรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 2) แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม 3) มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้ 4) มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรครูปแบบใหม่ได้ และ 5) มีระบบที่ก่อให้เกิดการป้องกันและคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลและท้องถิ่น ซึ่งองค์ประกอบและตัวชีวัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards and Wilson (2008) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและการส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences) และสัมพันธ์กับแนวคิดของฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาดี (2561) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ต้องมีการรวบรวมและบันทึกเก็บรักษาความรู้ ภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นเอกสาร รูปภาพ มีการเผยแพร่ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบหรือจัดทำเป็นหลักสูตร และส่งเสริมการอนุรักษ์ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

6. องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ กล่าวคือการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าปัจจัยบ่งชี้ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถทำให้เกิด

การสร้างงานที่มีคุณภาพ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว 5) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ และ 6) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้นต้อง มีการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic viability) ต้องมีการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น (Local prosperity) ต้องมีการทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ (Employment quality) และ Choi (Choi & Sirakaya, 2005) ได้นำเสนอว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ต้องมีการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้นสำหรับคนในท้องถิ่นและเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนที่เป็นโฮสต์ การยกระดับสถานะความเป็นอยู่ของเจ้าบ้าน (เจ้าของสถานที่) นอกจากนี้ผลการวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเศรษฐกิจยังสอดคล้องหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) นั้นต้องสามารถผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น ต้องมีการป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ชอบธรรม และต้องมีการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นและการค้าโดยชอบธรรม

7. องค์ประกอบด้านสังคม กล่าวคือการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องมีการรักษาความสมดุลทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดีต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ซึ่งจากการวิจัยองค์ประกอบด้านสังคมประกอบด้วยตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องคือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องสามารถทำให้สังคมและประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องมีการสร้างความเสมอภาคทางสังคม การลดความเหลื่อมล้ำ การสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจและทางด้านสังคม (Social equity) การให้ท้องถิ่นหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ การวางแผน การการควบคุมและการตัดสินใจ (local control) การสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน (Community wellbeing) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้นั้นต้องมีการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คง

อยู่ตลอดไป นอกจากนี้องค์ประกอบแนวตัวชี้วัดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) นั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในสังคม กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในสังคมในกระบวนการ วางแผนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจร่วมกัน

8. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าองค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวชี้วัดคือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่า ไม้ น้ำ อากาศ 2) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด 3) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ 4) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสัมพันธ์กับ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั้นต้องสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ และสัตว์ (Biological diversity) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด หรือลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย จากการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Resource efficiency) และ การดำรงรักษาไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ การสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เช่น ผลกระทบต่ออากาศ น้ำ และพื้นดิน รวมทั้งการไม่ทิ้งของเสียและการทำลาย ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environment purity) และตัวชี้วัดดังกล่าวสัมพันธ์กับหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) ที่นำเสนอว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการ ควบคุมและดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งการรักษาถิ่นที่อยู่อาศัย พันธุ์สัตว์ ระบบนิเวศ และการป้องกันการแพร่ระบาดของแมลงและโรคต่าง ๆ นอกจากนี้ องค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่นำเสนอว่า องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมใน แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยต้องการ ติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และอรอุมา เตพลกุล และคณะ (2561) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นต้องมีการรักษาสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อม

## บทที่ 5

### การออกแบบพัฒนาระบบนวัตกรรมและการศึกษาการยอมรับจากผู้ใช้

การออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในครั้งนี้อยู่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้กระบวนการแนวคิดวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) การสร้างต้นแบบ (Mobile Application & Prototyping) ของระบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งการสร้างต้นแบบนี้พัฒนาขึ้นมาจากโมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้ใช้ทดลองใช้งานได้แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศที่ต้องการแล้วยังช่วยให้มองเห็นภาพของระบบที่จะพัฒนาได้อย่างชัดเจน โดยในการพัฒนาต้นแบบในครั้งนี้อยู่แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ระบุความต้องการเบื้องต้นของผู้ใช้ ผู้ออกแบบระบบทำการศึกษาและรวบรวมความต้องการสารสนเทศเบื้องต้นของผู้ใช้

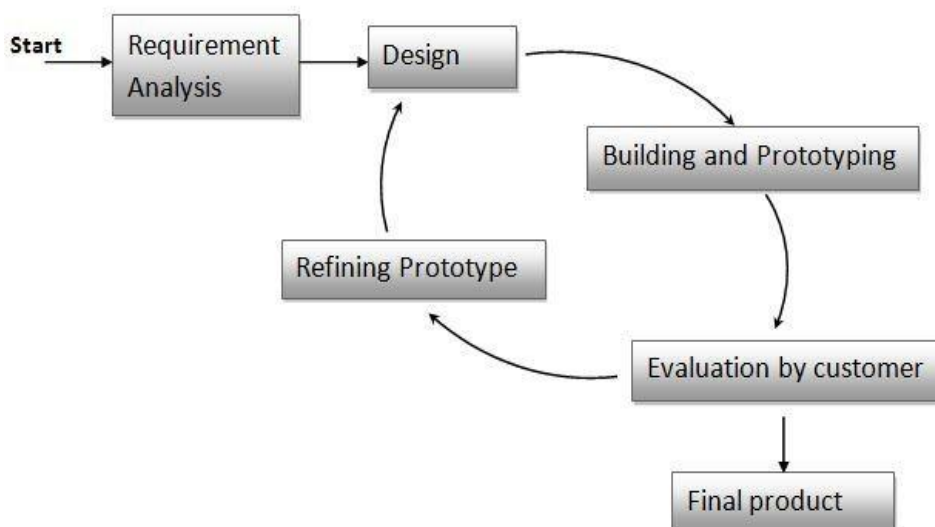
ขั้นที่ 2 ออกแบบระบบ โดยทำการออกแบบกระบวนการทำงาน (Context diagram) data flow diagram (DFD), ออกแบบ Database ที่เกี่ยวข้องเช่น Entity Relationship Diagram (ERD) และการออกแบบ User Interface Design เป็นต้น

ขั้นที่ 3 พัฒนาต้นแบบเริ่มแรก ผู้ออกแบบระบบทำการสร้างต้นแบบโดยทั่วไปจะใช้เครื่องมือซอฟต์แวร์ยุคที่ 4 (4GL) เพื่อช่วยในการสร้างระบบให้เร็วขึ้น

ขั้นที่ 4 นำต้นแบบมาใช้ โดยให้ผู้ใช้จริงได้ทดลองใช้ต้นแบบเพื่อประเมินว่าต้นแบบสามารถทำงานได้ตามที่ผู้ใช้ต้องการเพียงใด ซึ่งผู้ใช้อาจให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงต้นแบบต่อไป

ขั้นที่ 5 ปรับปรุงแก้ไขต้นแบบ นำข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขต้นแบบและนำเสนอผู้ใช้ซึ่งเป็นการวนกลับไปขั้นตอนที่ 3 จนกระทั่งต้นแบบนี้ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้

ขั้นที่ 6 นำเสนอต้นแบบเป็น Final Product คือระบบนวัตกรรมการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาระบบดังแสดงไว้ในภาพที่ 26



ภาพที่ 26 กระบวนการออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรม  
การประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 5.1 ระบุความต้องการเบื้องต้นของผู้ใช้

ในขั้นตอนนี้เป็นการระบุความต้องการของผู้ใช้ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดรูปแบบการออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมโดยได้แนวคิดมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่เก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และข้อเสนอแนะจากการสำรวจ โดยจะให้มีการพัฒนาระบบประเมินที่รองรับกับผู้ใช้ (user) ได้หลากหลายทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/กลุ่ม OTOP/กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว/กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววิถีเป็นต้น) และผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถมองข้อมูลในภาพรวมได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 5.1.1 กลุ่มผู้ใช้หลักของระบบ

- ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ประกอบธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาจจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการ
- สิทธิในการใช้งาน ผู้ประกอบการสามารถใช้ระบบในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนเองอยู่ได้ เพื่อต้องการทราบจุดเด่นและจุดที่ต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

- ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว คือผู้บริหารกิจการท่องเที่ยวหรือบริหารกลุ่มท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ โดยผู้บริหารอาจจะเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว (เช่น เจ้าของตลาด เจ้าของสถานที่  
ท่องเที่ยว) หรือผู้บริหารกลุ่มท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน

- สิทธิในการใช้งาน ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสามารถที่จะดูแลแผนการประเมินใน  
ภาพรวมจากหลาย ๆ ผู้ประเมิน

- สมาชิกกลุ่มที่รวมตัวกันเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มผู้ประกอบการ  
จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น วิสาหกิจชุมชน กลุ่ม OTOP หรือกลุ่มท่องเที่ยว  
วิถีถิ่น เป็นต้น

- สิทธิในการใช้งาน สมาชิกกลุ่ม สามารถใช้ระบบในการประเมินศักยภาพของแหล่ง  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนเองอยู่ได้ เพื่อต้องการทราบจุดเด่นและจุดที่ต้องการพัฒนาในแหล่ง  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์

- หน่วยงานภาครัฐหรือที่ปรึกษา คือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและ  
พัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น หน่วยงานจากกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา อพท. องค์กรบริหาร  
ส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ หรือผู้สนับสนุนทางการเงิน เป็นต้น

- สิทธิในการใช้งาน สมาชิกกลุ่ม สามารถใช้ระบบในการดูศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ที่ตนเองสนใจหรือรับผิดชอบ หรือต้องการช่วยเหลือ/สนับสนุน

### 5.1.2 รูปแบบของนวัตกรรม

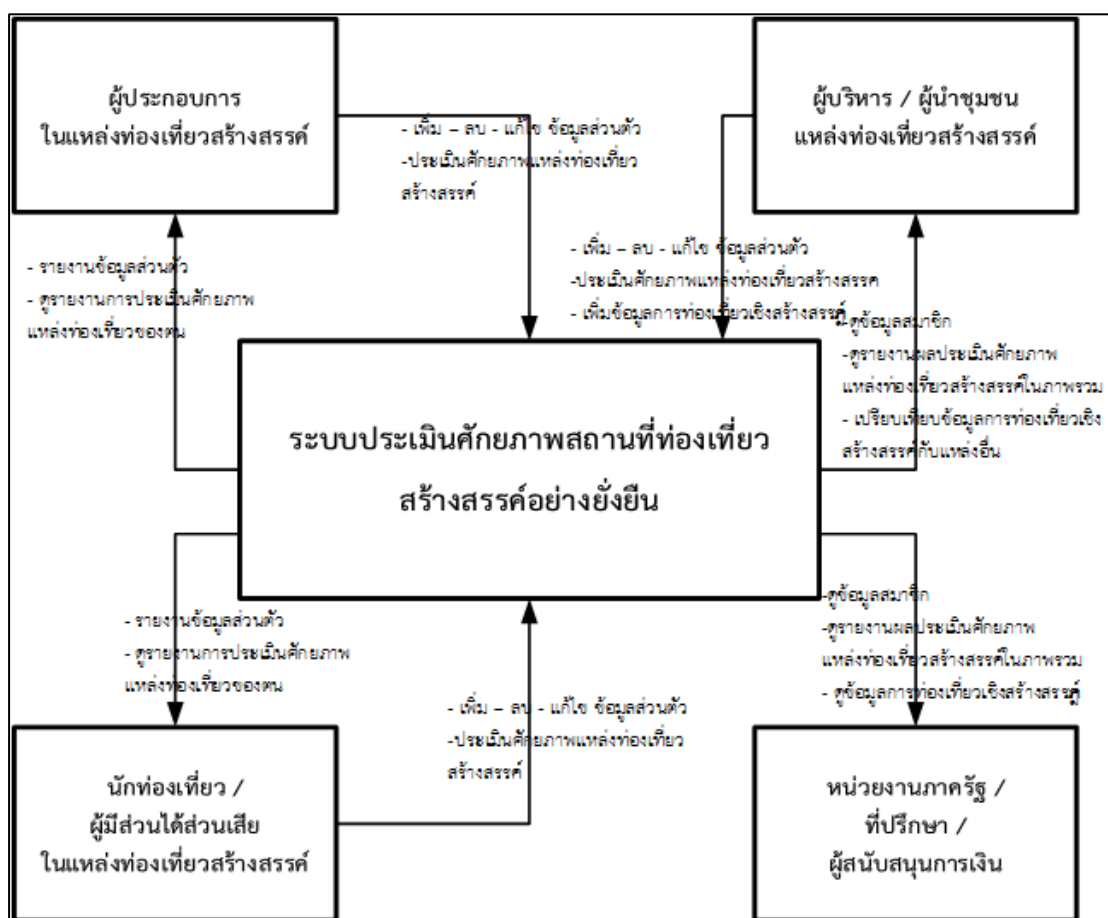
รูปแบบของระบบนวัตกรรมเป็นการพัฒนาระบบการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืนผ่านมือถือ (Mobile application) ที่กำหนดให้ผู้ใช้แต่ละคนมีสิทธิในการเข้าถึงและการ  
ใช้งานระบบต่างกัน โดยผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ระบบและสมัครสมาชิกเพื่อทำการประเมินการ  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนเองสังกัด และผู้บริหารกลุ่มท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถดูรายงานผลการ  
ประเมินการท่องเที่ยวในภาพรวมได้และสามารถนำผลรายงานการประเมินผ่านรูปแบบของไฟล์  
excel เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนและบริหารจัดการแต่ละองค์ประกอบและตัวชี้วัดได้



## 5.2 การออกแบบระบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 5.2.1 การกำหนดกลุ่มผู้ใช้

ผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง (Users) กับระบบและรูปแบบการใช้งานของแต่ละ users ตลอดจนสิทธิในการใช้งานของระบบนวัตกรรมการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนดังแสดงใน Context diagram ดังภาพที่ 27

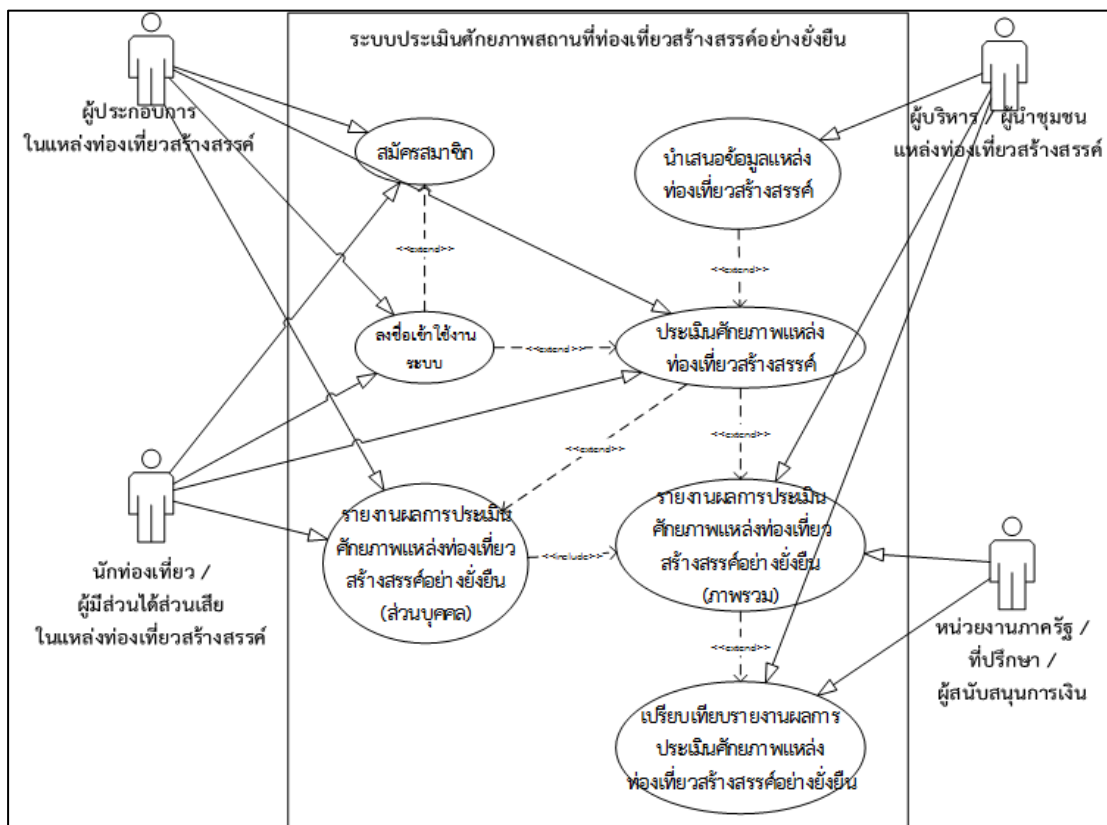


ภาพที่ 27 Context diagram ของระบบนวัตกรรม

ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

### 5.2.2 กระบวนการทำงานของระบบนวัตกรรม

กระบวนการทำงานของระบบนวัตกรรมเกี่ยวกับกระบวนการทำงานและสิทธิ์การเข้าใช้งานระบบ การเชื่อมโยงของข้อมูลและกิจกรรมการใช้งานระบบนวัตกรรม และการรายงานข้อมูลการใช้งานระบบนวัตกรรม ดังแสดงใน use case diagram ภาพที่ 28



ภาพที่ 28 Use case diagram ของระบบนวัตกรรม

ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

### 5.2.3 เนื้อหาของข้อมูลในระบบ

เนื้อหาของระบบการประเมินส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ได้จากการสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลผู้ใช้ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ข้อมูลสถานภาพของอากาศ และข้อมูลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งเนื้อหาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบนวัตกรรมดังแสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในระบบ

ผู้ใช้ / Object	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	รายละเอียดเนื้อหา
ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์	ข้อมูลส่วนบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- User name (หมายเลขโทรศัพท์)</li> <li>- Password (ตัวเลขหรือตัวอักษร 4 ตัว)</li> <li>- E-mail (E-mail ของผู้ใช้งานระบบ)</li> <li>- Business/Career (ธุรกิจ/อาชีพของผู้ใช้งานระบบ)</li> </ul>
นักท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์	ข้อมูลส่วนบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- User name (หมายเลขโทรศัพท์)</li> <li>- Password (ตัวเลขหรือตัวอักษร 4 ตัว)</li> <li>- E-mail (E-mail ของผู้ใช้งานระบบ)</li> <li>- Business/Career (ธุรกิจ/อาชีพของผู้ใช้งานระบบ)</li> </ul>
สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์	ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์</li> <li>- รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์</li> <li>- กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์</li> <li>- สถานที่ตั้ง</li> <li>- Location (lat / long)</li> <li>- เบอร์โทรศัพท์</li> <li>- E-mail</li> <li>- Website</li> <li>- Facebook</li> <li>- (ระดับดาว)</li> </ul>
ข้อมูลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ด้านพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถี</li> </ul>

ผู้ใช้ / Object	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	รายละเอียดเนื้อหา
		<p>การปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนพันไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง</p> <p>- ผู้ประกอบการท่องเที่ยว )ในชุมชน (ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม</p>
	ด้านกระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว</li> </ul>
	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น</li> <li>- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม</li> <li>- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน</li> </ul>

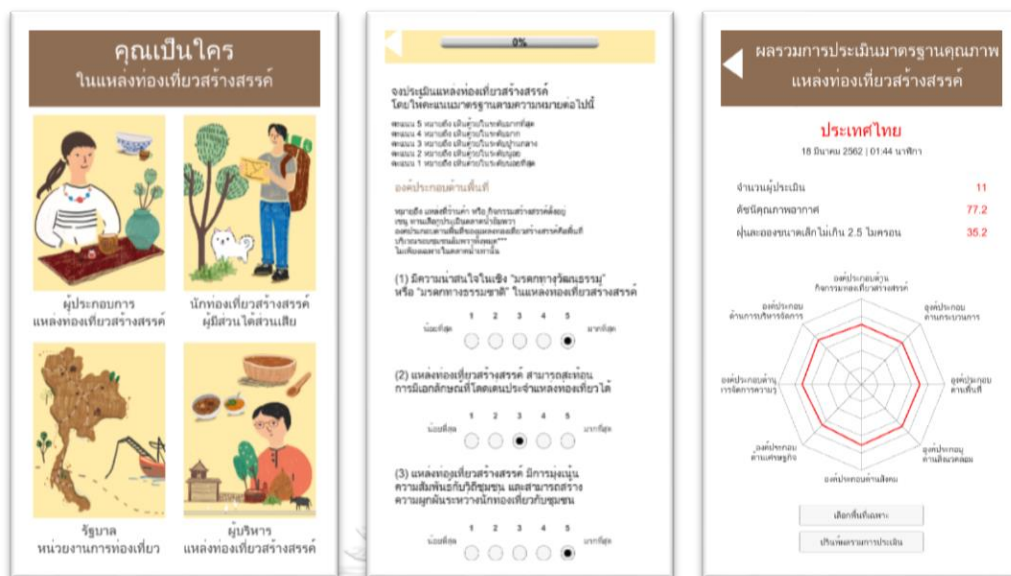
ผู้ใช้ / Object	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	รายละเอียดเนื้อหา
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบท้องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/</li> </ul>
	ด้านการบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่านมีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงาน ทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน</li> </ul>
	ด้านการจัดการความรู้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวมีการเก็บ</li> </ul>

ผู้ใช้ / Object	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	รายละเอียดเนื้อหา
		<p>รวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และ วัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้</li> </ul>
	ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในชุมชน</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว</li> </ul>
	ด้านสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งท่องเที่ยวเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำให้สังคม/ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน</li> </ul>
	ด้านสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการทำลาย</li> </ul>

ผู้ใช้ / Object	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	รายละเอียดเนื้อหา
		สภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ - สถานที่ท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด - สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ - สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น
<b>การรายงานผลการประเมิน</b>	ข้อมูลการรายงานผลการประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์	- การรายงานผลระดับบุคคล (ส่วนตัว) - การรายงานผลระดับกลุ่ม - การรายงานผลเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม - การรายงานผลในระดับประเทศ

#### 5.2.4 การออกแบบหน้าจอการทำงานจากระบบ

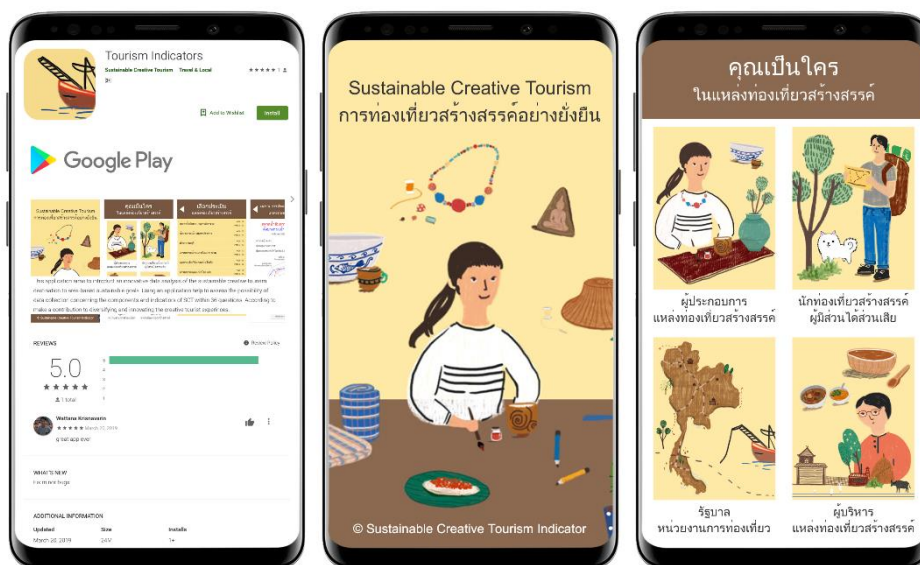
การออกแบบหน้าจอการทำงานจากระบบ (User Interface Design) ผ่านการทำงาน Mobile Application ซึ่งประกอบ 1) กลุ่มผู้ใช้งานกลุ่มต่าง ๆ 2) ข้อมูลสมาชิก (ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน) 3) เนื้อหาการประเมินศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 4) รายงานผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทั้งในระดับบุคคล ระดับแหล่งท่องเที่ยว (กลุ่ม) และระดับประเทศ (ผู้บริหารหรือหน่วยงานภาครัฐสามารถดูข้อมูลดังกล่าวได้) และผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถนำมาสรุปเป็น กราฟแสดงศักยภาพของแต่ละด้านได้ ซึ่งตัวอย่าง user interface design ดังแสดงในภาพที่ 29



ภาพที่ 29 ตัวอย่าง User Interface design

### 5.3 การพัฒนาต้นแบบระบบนวัตกรรมผ่านแอปพลิเคชันมือถือ

ระบบนวัตกรรมต้นแบบการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ได้ทำการออกแบบให้สามารถทำงานผ่าน Mobile Application โดยในเบื้องต้นระบบนวัตกรรมต้นแบบได้ถูกออกแบบเพื่อรองรับระบบปฏิบัติการ Android ซึ่งผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ผ่านอุปกรณ์มือถือโดยใช้คำค้นหา “Tourism Indicators” ผ่าน App store (ภาพที่ 30)



ภาพที่ 30 การติดตั้ง Application และหน้าจอระบบ

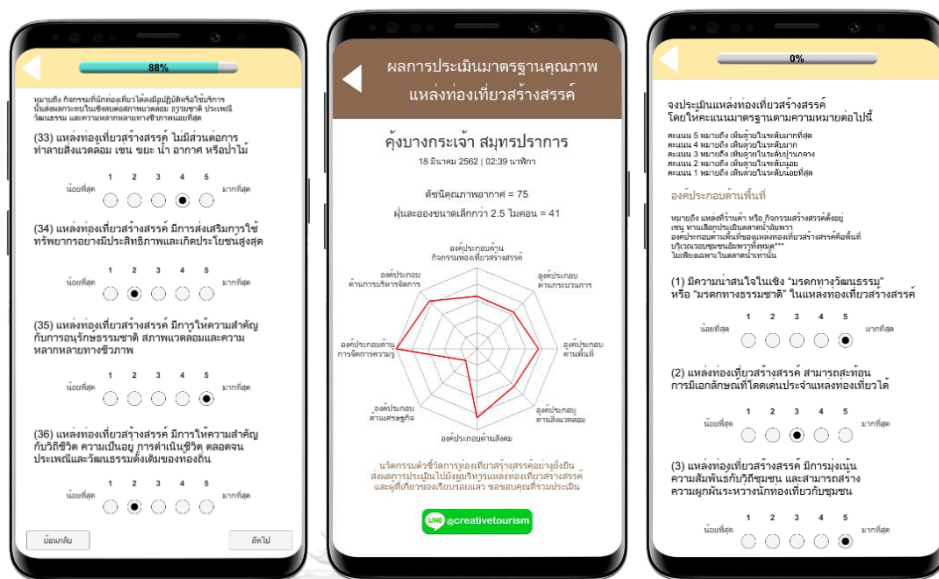


เมื่อทำการติดตั้ง Mobile application แล้วผู้ใช้สามารถเลือกกลุ่มของผู้ใช้งานตนเองอยู่ในกลุ่มใดจาก 4 กลุ่มต่อไปนี้ 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 2) นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) หน่วยงานท่องเที่ยวของภาครัฐ 4) ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสามารถกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อสมัครสมาชิกพร้อมทั้งกำหนด User name และ Password เพื่อทำการเข้าสู่ระบบ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไป (ดังแสดงในภาพที่ 31)



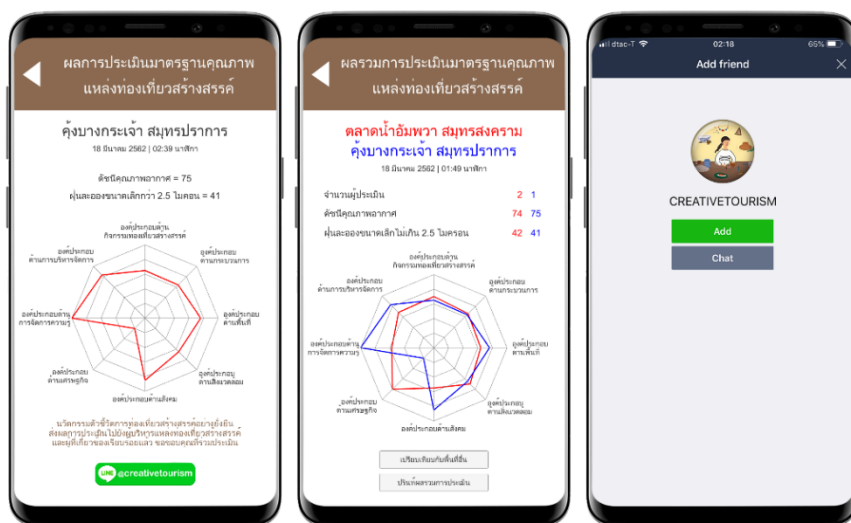
ภาพที่ 31 ผู้ใช้และการสมัครสมาชิกและเลือกแหล่งประเมิน  
ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

เมื่อสมัครสมาชิกแล้ว ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และนักท่องเที่ยว สามารถเข้าสู่ระบบเพื่อประเมินศักยภาพท่องเที่ยวชุมชน ที่ตนเองเลือกและสามารถดูรายงานสรุปผลการประเมินแต่ละองค์ประกอบได้ (ดังแสดงในภาพที่ 32)



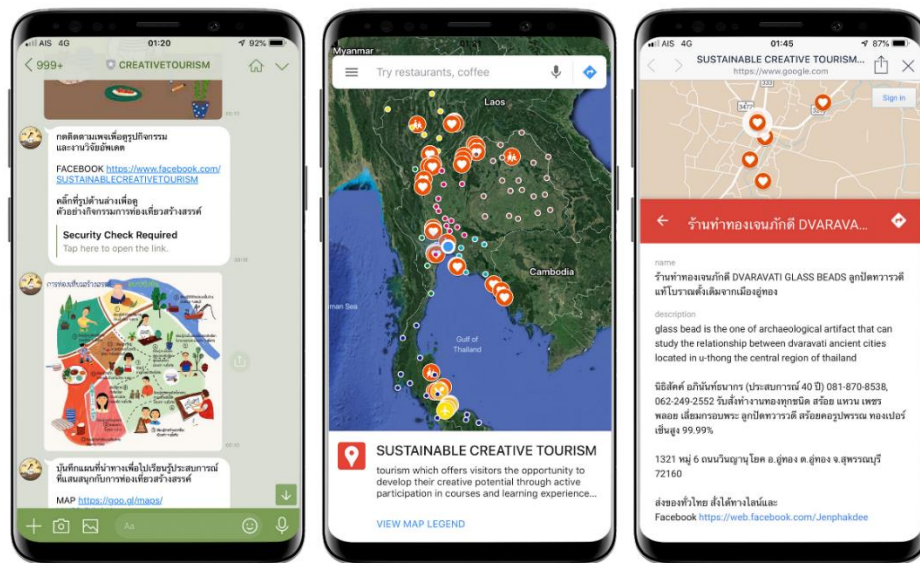
ภาพที่ 32 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและรายงานผลการประเมิน  
ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

เมื่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์แล้ว ผู้บริหารสถานประกอบการหรือผู้นำชุมชนแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถที่จะดูรายงานผลการประเมินชุมชนของตนและสามารถเปรียบเทียบระหว่างชุมชนตนเองกับชุมชนอื่นที่สนใจ (ดังแสดงในภาพที่ 33)



ภาพที่ 33 ตรวจสอบผลการประเมินชุมชนและเปรียบเทียบกับชุมชนอื่น  
ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

นอกจากนี้ Sustainable Creative Tourism mobile application นี้ยังมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของสมาชิกทั้งประเทศ รวมทั้งแสดงที่ตั้งผ่านระบบแผนที่ภูมิศาสตร์ พร้อมรายละเอียดและข้อมูลติดต่อของสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่สมัครสมาชิก เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิก ผู้ประกอบการอีกด้วย (ดังแสดงในภาพที่ 34)



ภาพที่ 34 แสดงข้อมูลและสถานที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของสมาชิก

ที่มา: (ผู้วิจัย 2019)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 5.4 การประเมินการยอมรับการใช้นวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม

หลังจากนวัตกรรมต้นแบบได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นมาแล้ว จากนั้นผู้วิจัยในได้นวัตกรรมต้นแบบสู่ Google Play Store (ระบบปฏิบัติการ Android) เพื่อให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้ทดลองใช้ จากนั้นจึงได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในการใช้งานระบบนวัตกรรมต้นแบบจากผู้ใช้จำนวน 30 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 5.4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 30 คนโดยรายละเอียดแสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
- ชาย	17	56.7
- หญิง	13	43.3
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
- ต่ำกว่า 25 ปี	3	10
- 25 - 35 ปี	5	16.7
- 36 - 45 ปี	11	36.7
- 46 - 55 ปี	7	23.3
- 56 - 65 ปี	3	10
- 66 ปีขึ้นไป	1	3.33
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
- ประถมศึกษา	1	3.33
- มัธยมศึกษาตอนต้น	0	-
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	6.67
- อนุปริญญา/ปวส.	6	20.00
- ปริญญาตรี	20	66.67
- สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.33
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>
<b>4. ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล</b>		
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	110	43.5
- นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์	19	7.5
- ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	46	18.2

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
- เจ้าของ/ผู้บริหาร แหล่งท่องเที่ยว/ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์	34	13.4
- อื่น ๆ	2	.8
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>
<b>5. แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ</b>		
- กรุงเทพมหานคร		
- ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)		
- ภาคเหนือ		
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
- ภาคตะวันออก		
- ภาคใต้		
<b>รวม</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>

#### 5.4.2 ความคิดเห็นต่อการทำงานระบบ Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application

ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นต่อการทำงานของระบบนวัตกรรมจากผู้ใช้ในตารางที่ 29 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
คะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลดังนี้  
(บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน	5.00 — 4.51	หมายถึง พอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	3.51 — 4.50	หมายถึง พอใจมาก
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	3.50 — 2.51	หมายถึง พอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	2.50 — 1.51	หมายถึง พอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	1.50 — 1.00	หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นต่อการทำงานของระบบ

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนความคิดเห็น						
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.
ด้านความสามารถของระบบ	1	ระบบมีความน่าเชื่อถือและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	10	14	5	1		4.10	.803
	2	การเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูล สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3	18	7	2		3.73	.739
	3	การประมวลผลมีความรวดเร็วถูกต้อง	8	16	5	1		4.03	.764
	4	การรายงานผลมีความถูกต้องเหมาะสม	9	14	5	2		4.00	.870
	5	การรายงานผลสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจและบริหารจัดการได้							
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.97</b>				<b>พอใจมาก</b>		
ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ	1	รูปแบบการใช้งานง่ายและน่าใช้	15	11	1	3		4.26	.944
	2	การออกแบบเมนูมีความเหมาะสมต่อการใช้	5	17	7	1		3.86	.730
	3	การเชื่อมโยงกระบวนการทำงานมีความเหมาะสมและเข้าใจง่าย	7	15	6	1	1	3.86	.937
	4	การออกแบบ การใช้สี รูปแบบตัวอักษร และขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม	8	14	7	1		3.96	.808

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนความคิดเห็น						$\bar{X}$	S.D.
			5	4	3	2	1			
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.99</b>						<b>พอใจมาก</b>	
ด้าน เนื้อหาของ ระบบ	1	เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง และเข้าใจง่าย	5	19	5	1		3.93	.691	
	2	เนื้อหาที่เพียงพอต่อการ สนับสนุนการตัดสินใจ	5	14	8	3		3.70	.876	
	3	การจัดหมวดหมู่ของเมนู การทำงาน และเนื้อหาที่ ความเหมาะสม	5	18	6	1		3.90	.711	
	4	เนื้อหาที่มีความเหมาะสม ต่อการนำไปประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน								
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.84</b>						<b>พอใจมาก</b>	
ด้านการ รักษา ความ ปลอดภัย และการ กำหนด สิทธิ์ การใช้งาน	1	การกำหนดข้อมูล ผู้ใช้งานมีความ เหมาะสม	5	18	7			3.93	.639	
	2	การกำหนดรหัสผู้ใช้และ รหัสผ่าน เข้าใจง่ายและ มีความถูกต้อง	7	10	12	1		3.76	.858	
	3	การกำหนดสิทธิการใช้ งาน มีความถูกต้อง เหมาะสม	13	9	7	1		4.13	.899	
	4	การจัดเก็บข้อมูลและ รักษาความลับของ ข้อมูลมีความถูกต้อง และปลอดภัย								
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.94</b>						<b>พอใจมาก</b>	

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

S.D หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 29 ความคิดเห็นต่อการทำงานของระบบจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าด้านความสามารถของระบบมีคะแนนระดับพึงพอใจเฉลี่ย 3.97 (พอใจมาก) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของระบบมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.99 (พอใจมาก) ด้านเนื้อหาของระบบมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.84 (พอใจมาก) และด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.94 (พอใจมาก)

#### 5.4.3 ความคิดเห็นต่อประโยชน์ของระบบนวัตกรรมและการยอมรับนวัตกรรม

ความคิดเห็นต่อประโยชน์ของระบบนวัตกรรมประเมินโดยใช้เกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ (5-1) โดยมีเกณฑ์ระดับคะแนนดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
คะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

ค่าเฉลี่ยของคะแนน	5.00 — 4.51	หมายถึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	3.51— 4.50	หมายถึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	3.50 — 2.51	หมายถึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	2.50 — 1.51	หมายถึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยของคะแนน	1.50 — 1.00	หมายถึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นต่อประโยชน์และการยอมรับนวัตกรรม

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนการประเมิน						
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.
ด้านการรับรู้	1	ระบบนวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อการบริหาร	10	19	1			4.30	.534



ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนการประเมิน							
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.	
ประโยชน์ ของระบบ นวัตกรรม		จัดการ วางแผนและ สนับสนุนการตัดสินใจใน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์ได้								
	2	ระบบนวัตกรรมนี้ช่วยให้ ทราบจุดแข็งจุดอ่อน ของ การบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้	6	16	7	1		3.90	.758	
	3	ระบบนวัตกรรมนี้ช่วยให้ เกิดความร่วมมือในการ จัดการข้อมูลการท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ร่วมกันได้	6	16	6	2		3.86	.819	
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.96</b>					<b>พอใจมาก</b>		
ด้านการ สนับสนุน ต่อ ทรัพยากร และข้อมูล	1	ข้อมูลสนับสนุนการ ตัดสินใจมีความเหมาะสม	4	18	8			3.86	.628	
	2	แหล่งที่มาของข้อมูลมีความ น่าเชื่อถือ	5	18	6	1		3.90	.711	
	3	ระบบรองรับการทำงานบน อุปกรณ์มือถือได้เหมาะสม	10	16	3	1		4.16	.746	
<b>เฉลี่ย   ความหมาย</b>			<b>3.98</b>					<b>พอใจมาก</b>		
ทัศนคติที่มี ต่อการใ้ งาน	1	ท่านรู้สึกชอบนวัตกรรม ระบบการประเมินศักยภาพ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application)	6	17	7			3.96	.668	
	2	ท่านเชื่อว่าระบบนวัตกรรม	7	16	7			4.0	.694	

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนการประเมิน							
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.	
		นี้สามารถนำไปใช้งานได้จริง								
	3	ท่านเชื่อว่าระบบนวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้บริหาร กิจกรรมท่องเที่ยว สร้างสรรค์	9	13	7	1		4.0	.830	
	4	ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการรักษาความลับของข้อมูลผู้ใช้	6	14	10			3.86	.730	
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.96</b>					<b>พอใจมาก</b>		
ด้านความตั้งใจใช้งานระบบนวัตกรรม	1	ท่านมีความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application)	2	20	7	1		3.76	.626	
	2	ท่านจะมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวอื่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้บริหารชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในการใช้งานระบบ	8	12	9	1		3.90	.844	
	3	ท่านจะแนะนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินระบบมาใช้	8	14	7	1		3.96	.808	

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนการประเมิน							
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.	
		ปรับปรุง หรือแนะนำการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืน								
<b>เฉลี่ย</b>			<b>3.88</b>					<b>พอใจมาก</b>		
ด้านการ ยอมรับและ การใช้งาน ระบบ นวัตกรรม	1	ท่านยอมรับการทำงาน ของนวัตกรรมระบบการ ประเมินศักยภาพการ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application)	6	18	6			4.00	.643	
	2	ท่านมีความสนใจในการ ทำงานของระบบ นวัตกรรมการประเมิน ศักยภาพการท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application)	9	12	9			4.00	.787	
	3	ท่านอยากให้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ / ผู้บริหาร แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ นำนวัตกรรมการประเมิน ศักยภาพการท่องเที่ยว สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ไปใช้ในการ	6	20	4			3.93	.784	

ตัวบ่งชี้	ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับคะแนนการประเมิน							
			5	4	3	2	1	$\bar{X}$	S.D.	
		บริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์								
	4	ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งานระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application)	7	15	7	1		3.9	.737	
เฉลี่ย			4.00					พอใจมาก		

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 30 การสอบถามความคิดเห็นต่อประโยชน์และการยอมรับนวัตกรรมจากกลุ่มตัวอย่างผู้ทดลองใช้งานระบบพบว่า ผู้ใช้ให้คะแนนด้านการรับรู้ประโยชน์ของระบบนวัตกรรมที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.96 (พอใจมาก) ด้านการสนับสนุนต่อทรัพยากรและข้อมูล ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98 (พอใจมาก) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน 3.88 (พอใจมาก) และด้านการยอมรับและการใช้งานระบบนวัตกรรมระดับคะแนนเฉลี่ย 4.00 (พอใจมาก)

ผลการประเมินการยอมรับนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในรูปแบบแอปพลิเคชันมือถือ ภาพรวมเกณฑ์การยอมรับอยู่ในระดับ “พอใจมาก”

## บทที่ 6

### การนำไปใช้งานเชิงพาณิชย์

#### 6.1 ผลการทดสอบการนำไปใช้เชิงพาณิชย์

##### 6.1.1 ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ออกแบบรูปแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้เชิงพาณิชย์ โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ดูแลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย โดยผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม โดยให้ความเห็นว่ารูปแบบในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์มีด้วยกัน 2 แนวทาง ได้แก่

1. ขยายสิทธิการใช้งานให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยนำนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Mobile Application) ไปใช้ในการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้ โดยผู้วิจัยเป็นผู้พัฒนาและดูแลระบบตลอดไปตามเงื่อนไขสัญญา ในส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้งานส่วนกลาง จะเป็นการคิดแบบเหมาจ่าย ไม่มีการคิดแบบเป็นจำนวนครั้งในการประเมิน ดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการใช้งานต้องคิดแบบเหมารวมในสัญญาเป็นปีต่อปี
2. การขยายสิทธิ์ขาดโอนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ (Exclusive Licensing) เป็นการขายลิขสิทธิ์ทุกอย่างให้กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปพัฒนาและใช้งานต่อไป โดยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการขายอยู่ที่ระหว่าง 3,000,000-5,000,000 บาท (จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 18 ม.ค. 2562

**ตารางที่ 31** ความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

รูปแบบในการนำไปใช้เชิงพาณิชย์	ระดับราคาที่น่าสนใจ
ขายสิทธิการใช้งานแก่ผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์	<input type="checkbox"/> ไม่เกิน 500 บาท ต่อ การ Login 1 user ID <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 500-1,000 บาท ต่อ การ Login 1 user ID <input type="checkbox"/> อื่น ๆ
การขายสิทธิ์ขาดโอนทรัพย์สินทาง ปัญญาเพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ (Selling)	<input type="checkbox"/> ไม่เกิน 1,00,000 บาท <input type="checkbox"/> 1,000,000-3,000,000 บาท <input type="checkbox"/> 3,000,000-5,000,000 บาท <input type="checkbox"/> อื่น ๆ

ในส่วนของความสนใจซื้อนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เพื่อใช้กับองค์การมหาชนหรือไม่ เพราะเหตุใด ผลจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ อพท. พบว่า มีความสนใจซื้อนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตัวนี้ เนื่องจากเห็นว่า ตรงกับภารกิจขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและควรมีการพิจารณาหรือความร่วมมือกัน นอกจากนี้ผู้อำนวยการ อพท. ได้เสนอแนะจุดที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติมได้แก่ ควรมีส่วน Recommendation ในการพัฒนาแต่ละชั้น ว่าต้องทำอะไรบ้างเมื่อระดับของการดำเนินงานยังอยู่ในระดับต่ำ เพื่อจะพัฒนาให้มีการพัฒนาที่ดีขึ้นในการเป็นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้อย่างเต็มตัว

### 6.1.2 วิเคราะห์แนวทางการนำไปใช้เชิงพาณิชย์

จากการที่ลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งได้แก่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) โดยผู้อำนวยการ อพท. ได้ให้ความเห็นในส่วนของการนำไปใช้ประโยชน์ มีรูปแบบที่เหมาะสมอยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่

1. ขายสิทธิการใช้งาน โดยให้ผู้วิจัยเป็นผู้ดูแลระบบ (Exclusive Licensing)
2. การขายสิทธิ์ขาดโอนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ (Selling)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้จุดดีและจุดด้อย เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบจุดอ่อนและจุดแข็งของทั้ง 2 รูปแบบ ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของรูปแบบการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์  
ในมุมมองผู้วิจัย

แนวทางธุรกิจ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. ขายสิทธิการใช้งาน โดยให้ผู้วิจัยเป็นผู้ดูแล ระบบ (Exclusive)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถมีรายได้ตลอดช่วงสัญญา</li> <li>2. เป็นการทำสัญญากัน หน่วยงานรัฐที่ดูแลด้านการ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยตรง</li> <li>3. สามารถขยายธุรกิจ ใน วงกว้าง การท่องเที่ยวได้มาก ยิ่งขึ้น</li> <li>4. หัวใจหลักของงานวิจัย คือ การคำนวณค่าน้ำหนัก ยังคง อยู่</li> <li>5. จัดทำสรุปผลการประเมิน ส่งให้หน่วยงานรับผิดชอบได้ เลย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร จัดการองค์กร และอื่น ๆ เพื่อจัดตั้งบริษัทในการ ดำเนินงานกับหน่วยงาน รัฐบาล หรือองค์กรมหาชน</li> <li>2. จากผู้วิจัย จะต้อง เปลี่ยนตัวเองเป็นนักธุรกิจ</li> </ol>
2. การขายสิทธิ์ขาดโอน ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ (Selling)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้วิจัยได้รับเงินทันที ก้อน เดียว</li> <li>2. ไม่ต้องรับผิดชอบในส่วน ภาระผูกพัน</li> <li>3. ไม่มีงบลงทุนใด ๆ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สูญเสียองค์ความรู้จาก งานวิจัย</li> <li>2. ไม่สามารถใช้ผลงานวิจัย ได้อีกต่อไป</li> </ol>

นอกจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในมุมมองขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ดังตารางที่ 33

**ตารางที่ 33** แสดงการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของรูปแบบการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางธุรกิจ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. ขายสิทธิการใช้งาน โดยให้ผู้วิจัยเป็นผู้ดูแลระบบ (Exclusive)	1. ไม่ต้องดูแลและพัฒนา ระบบเอง 2. ประหยัดค่าใช้จ่ายของหน่วยงานในการจ้างคนมาดูแลระบบ 3. ส่งเสริมให้นักพัฒนาโปรแกรมมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานภาครัฐ	1. ไม่สามารถรู้วิธีการประเมิน ซึ่งเป็นหัวใจในการคิดคะแนน 2. เจ้าหน้าที่ไม่ได้ความรู้ และไม่ได้พัฒนาบุคลากร
2. การขายสิทธิ์ขาดโอนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ (Selling)	1. ได้รับองค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย 2. ไม่ต้องเสียงบประมาณไปจ้างวิจัย ก่อนนำมาพัฒนาโปรแกรม 3. สามารถนำงานวิจัยมาพัฒนาต่อยอดใช้งานได้เลย	1. อาจต้องรับนักพัฒนาโปรแกรมหรือเสีย Man y over ไป เพื่อใช้ในการพัฒนาโปรแกรม 2. ต้องคอยดูแลผลการประเมินและจัดทำผลการประเมิน

### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจขายสิทธิการใช้งาน โดยให้ผู้วิจัยเป็นผู้ดูแลระบบ (Exclusive) เพื่อที่สามารถจัดตั้งบริษัทในการดำเนินกิจการต่อได้

## 6.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง

### 6.2.1 ภาวะตลาดและอุตสาหกรรม

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) ทางด้านดิจิทัล หรือ Digital Startup นับว่าเป็นกระแสที่มาแรงเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นการมุ่งเน้นการสร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมดิจิทัล เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) เข้ากับการทำธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและ



ขนาดกลาง เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย จากรายงานมูลค่าตลาด แอปพลิเคชันมือถือมีมูลค่าในปี 2558 ตลาดแอปพลิเคชันมือถือไทย มีมูลค่าการผลิต 52,561 ล้านบาท เติบโตขึ้น 1.2% จากปี 2557 โดยแบ่งเป็น แอปพลิเคชันมือถือสำเร็จรูป 14,068 ล้านบาท และบริการ แอปพลิเคชันมือถือ 38,493 ล้านบาท โดยอุตสาหกรรมที่มีการใช้งาน แอปพลิเคชันมือถือมากที่สุดคือ ธนาคาร ตามมาด้วย หน่วยงานราชการ นอกจากนี้ใน ส่วนของมูลค่าการบริโภคคิดเป็น 82,175 ล้านบาท แบ่งเป็นการนำเข้า 32,944 ล้านบาท และผลิตเพื่อใช้ในประเทศ 49,231 ล้านบาท สุตท้ายการพัฒนาเพื่อใช้ในองค์กร 14,903 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล องค์กรมหาชน, 2560 ออนไลน์)

ปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม สํารวจ พบว่าในปี 2557 อุตสาหกรรม เว็บไซต์ แอปพลิเคชันมือถือ ธุรกิจออนไลน์ และบริการแอปพลิเคชันมือถือ มีมูลค่ารวมกัน ทั้งสิ้นประมาณ 5.78 หมื่นล้านบาท (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ,2559)

## 6.2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันตามหลัก Porter's Force

### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม) Competitive rivalry: ต่ำ

1. จำนวนคู่แข่ง ยังไม่มีการระบุดังกลุ่มบริษัทใดที่ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต แอปพลิเคชันมือถือด้านตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แต่เนื่องจากการผลิตแอปพลิเคชันมือถือสามารถสร้างขึ้นมาได้หากมีการระบุดังความต้องการของลูกค้าไว้แล้ว อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันมือถือนวัตกรรมการประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ยังมีจุดเด่นด้านการคำนวณผลการประเมินจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Tailor made) ที่เหมาะสมกับแต่ละองค์ประกอบ

2. อัตราเติบโตของอุตสาหกรรม แอปพลิเคชันมือถือ ในประเทศไทย อัตราการเติบโตของธุรกิจ แอปพลิเคชันมือถือยังคงมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง พบว่าใน ปี 2557-2558 เติบโตขึ้น 1.2 %โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจในการทำ แอปพลิเคชันมือถือการบริการและการซื้อขายของออนไลน์มากที่สุด

3. ความเหมือนหรือความแตกต่างของสินค้า แอปพลิเคชันมือถือแต่ละประเภทย่อมมีความแตกต่างกันตามความต้องการในการใช้งาน อย่างไรก็ตามหากเรามุ่งงานวิจัย เพื่อสนับสนุน แอปพลิเคชันมือถือจะทำงาน แอปพลิเคชันมือถือมีความโดดเด่นและน่าเชื่อถือมากขึ้นลดกระดาศในการเก็บข้อมูลการประเมินสถานที่ท่องเที่ยว เก็บข้อมูลออนไลน์เป็นเรียลไทม์ โดยเฉพาะการนำไปใช้กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

4. มูลค่าของต้นทุนคงที่ ต้นทุนในการพัฒนาจะเป็นต้นทุนในการใช้ความคิดและการออกแบบ ซึ่งเป็นต้นทุนที่น้อยและลงทุนเพียงครั้งเดียว

5. ความหลากหลายของคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทผลิต แอปพลิเคชันมือถือสามารถปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อผลิต แอปพลิเคชันมือถือตามความต้องการของผู้ใช้งานได้ ดังนั้นการแข่งขันจึงมีความรุนแรงมาก

ดังนั้นจากการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ทั้ง 5 ด้าน ผู้วิจัยจึงมองว่าสภาพการแข่งขันในด้านตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น จำนวนคู่แข่ง การเติบโตความแตกต่างของสินค้า และมูลค่าต้นทุนคงที่ ยังอยู่ในระดับต่ำ มีเพียงแค่ความหลากหลายของคู่แข่งที่อาจปรับเปลี่ยนได้รวดเร็ว ซึ่งอาจหันมาพัฒนานวัตกรรมตัวนี้ด้วย

#### **การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ (Threat of New entrant): ต่ำ**

เนื่องจากแอปพลิเคชันมือถือทางด้านการประเมินการดำเนินงานด้านรัฐบาลดิจิทัลในประเทศไทย ยังไม่มีผู้ประกอบการไทยที่ผลิตออกมา เนื่องจากประเทศไทยเพิ่งมีการดำเนินงานจริงจังด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการจะผลิตแอปพลิเคชันมือถือที่ใช้ในการประเมินการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จะต้องมาจากความต้องการใช้งานของภาครัฐ (เช่น อพท. กรมการท่องเที่ยว) ดังนั้น นวัตกรรมการประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนี้ถือเป็นครั้งแรกที่มีการผลิตแอปพลิเคชันมือถือ โดยเฉพาะเพื่อใช้ในหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยในการช่วยในการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แม้ว่าแอปพลิเคชันมือถือด้านการประเมินการท่องเที่ยวอาจไม่คึกคักในตลาด แอปพลิเคชันมือถือในประเทศไทยแต่ในต่างประเทศมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย ดังนั้นอาจต้องเผชิญกับบริษัทต่างชาติที่สนใจเข้ามาขาย แอปพลิเคชันมือถือประเภทนี้ให้องค์กรภาครัฐ อย่างไรก็ตาม จากเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ ที่จะเข้ามามีความยากสูง เนื่องจากจะต้องเข้าใจในเรื่องตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ที่ทำวิจัยหรือมีความรู้เฉพาะด้านในเรื่องนี้ยังมีน้อยมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมองว่าโอกาสในการเข้าสู่อุตสาหกรรม แอปพลิเคชันมือถือเฉพาะด้านของคู่แข่งใหม่ อยู่ในระดับต่ำ

#### **อำนาจการต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers): ต่ำ**

งานวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนี้ อาศัยการพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือโดยมีการใช้งานพื้นฐานเทคโนโลยีทางด้านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการพัฒนาโปรแกรมและการใช้งานจะอาศัยอินเทอร์เน็ต จึงจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องพึ่งพาคู่ค้า ดังนี้

1. ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันมือถือที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในระดับสูง (Man) เพื่อให้ระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีความความสมบูรณ์ในทุกด้าน อย่างไรก็ตามปัจจุบันนี้นักพัฒนาโปรแกรมมีจำนวนมากในตลาด ดังนั้นอำนาจการต่อรองของคู่ค้าจึงมีต่ำ เพราะผู้วิจัยมีหลายตัวเลือก

2. ระบบต้องมีความสามารถในการรองรับอยู่เสมอ (Machine) โดยเฉพาะช่วงที่แต่ละหน่วยงานจะต้องมีการประเมินจะมีการใช้งานพร้อม ๆ กันหลายหน่วยงาน เนื่องจากปัจจุบันนี้ระบบปฏิบัติ แอปพลิเคชันมือถือการมีหลากหลาย ทำให้อำนาจการต่อรองของคู่ค้าอยู่ในระดับต่ำ และสามารถเปลี่ยนระบบปฏิบัติการแอปพลิเคชันมือถือได้ง่าย

3. เงินลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการลงทุน เนื่องจากมีผู้พัฒนาระบบและระบบปฏิบัติการหลากหลาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถต่อรอง เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

### อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers): ปานกลาง

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นแอปพลิเคชันมือถือที่พัฒนาขึ้นมาเฉพาะเพื่อใช้ในการประเมินการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานของแต่ละสถานที่ที่ท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้า ซึ่งได้แก่องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสนใจในนวัตกรรมระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนขึ้นนี้ เนื่องจากแสดงให้เห็นว่าองค์กรประกอบใดมีความสำคัญมากขึ้น ขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งลูกค้ามีความประสงค์ที่จะร่วมมือกับผู้วิจัยในการพัฒนานวัตกรรมระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้มีความพร้อมใช้งานได้จริง และเป็นการส่งเสริมงานวิจัยให้สามารถพัฒนาเป็นนวัตกรรม ที่สามารถใช้งานได้จริง ดังนั้น จึงทำให้ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองอยู่ในระดับปานกลาง

### ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes): ปานกลาง

เนื่องจากปัจจุบันสินค้า แอปพลิเคชันมือถือที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ลักษณะนี้ในประเทศไทยยังไม่มีการใช้งาน ดังนั้นลูกค้าจึงมีทางเลือกในการใช้งาน แอปพลิเคชันมือถือในการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ค่อนข้างจำกัด สิ่งที่ลูกค้าสามารถทำได้คือการกำหนดความต้องการ (Requirement) เพื่อให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแอปพลิเคชันมือถือเข้ามาร่วมพัฒนา แต่ในต่างประเทศเริ่มมีการใช้งานหลากหลาย เพราะใน

ต่างประเทศมีการใช้งานที่ใกล้เคียง แม้ว่าจะยังไม่มีการสร้างตัวชี้วัดออนไลน์ แต่แอปพลิเคชันมือถือประเภทนี้ก็สามารถสร้างได้ไม่ยากในหลายประเทศที่มีเทคโนโลยีที่สูงกว่า อย่างไรก็ตามจากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการใช้งาน แอปพลิเคชันมือถือที่ผลิตโดยนักพัฒนาในประเทศ ดังนั้น ภัยคุกคามจึงเกิดการแข่งขันของนักพัฒนาโปรแกรมภายในประเทศ ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ เช่น กลุ่ม Digital Startup และผู้ประกอบการเดิมที่อยู่ในตลาดอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามเป็นโอกาสดีที่ลูกค้าสนใจในตัว แอปพลิเคชันมือถือระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไปใช้ได้ ด้วยคุณสมบัติเด่นที่มีความใหม่ทางด้านวิชาการ ที่มีการคำนวณค่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับประเภทของตัวชี้วัดในการประเมินการท่องเที่ยว ที่อาจมีการให้ความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบที่แตกต่างกัน ดังนั้น แม้ว่าจะมีบริษัทที่พัฒนาโปรแกรมอยู่หลายราย แต่ด้วยความโดดเด่นของงานวิจัย และใช้ระดับมาตรฐานเดียวกันจากหน่วยงานที่ประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ จึงทำให้ แอปพลิเคชันมือถือนวัตกรรมระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีความแตกต่างจาก แอปพลิเคชันมือถือของคู่แข่ง แต่ว่าสินค้าทดแทนที่อาจส่งผลต่อการใช้ แอปพลิเคชันมือถือได้และสามารถนำใช้เทียบเคียงได้เช่นกัน

### 6.2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของธุรกิจ โดยใช้ SWOT Analysis

#### การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

##### จุดแข็ง

1) แอปพลิเคชันมือถือมีคุณสมบัติเด่นที่ความใหม่ทางด้านวิชาการสนับสนุน โดยการคำนวณค่าน้ำหนักที่เหมาะสม (Tailored made) กับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จึงทำให้ แอปพลิเคชันมือถือนี้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับองค์กรแต่ละประเภท และสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีหน้าที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

2) แอปพลิเคชันมือถือชิ้นนี้ได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก

3) มีการทดสอบกับผู้ใช้งานจริงและนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งานจึงทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสนใจใน แอปพลิเคชันมือถือตัวนี้

##### จุดอ่อน

1) แอปพลิเคชันมือถือใหม่ที่เขียนขึ้นใช้ Code ในการสร้าง แอปพลิเคชันมือถือ ทำให้รูปร่างหน้าตาและความสวยงามยังคงไม่สวยงามมาก

2) ผู้วิจัยพัฒนา แอปพลิเคชันมือถือขึ้นมาเอง ทำให้ยังไม่มียังไม่มีพันธมิตรทางธุรกิจที่เชี่ยวชาญและชำนาญ ในการพัฒนา แอปพลิเคชันมือถือที่จะสามารถพัฒนาให้ดีที่สุด

3) เนื่องจากแนวคิดของงานวิจัยที่มีความโดดเด่น ทางด้านค่าน้ำหนัก แต่ในส่วน ของ แอปพลิเคชันมือถือสามารถพัฒนาได้โดยผู้เชี่ยวชาญได้ไม่ยาก

### การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

#### โอกาส

- 1) รัฐบาลให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์
- 2) มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ หรือ Digital Startup ในการพัฒนา แอปพลิเคชันมือถือ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ
- 3) การส่งเสริมและให้ทุนสนับสนุน Startup ผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ จำนวนมาก
- 4) มีแนวทางการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา จากสำนักงานส่งเสริมรัฐบาลดิจิทัล (DIPA) สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา ในการแจ้งจดลิขสิทธิ์ แอปพลิเคชันมือถือและลิขสิทธิ์ทางปัญญา

#### อุปสรรค

- 1) การละเมิดทางทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศไทย
- 2) การดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ยังไม่เริ่มดำเนินการจริงจัง เนื่องจากหลายหน่วยงานภาครัฐยังทำงานในรูปแบบ paper work
- 3) หากไม่มีการบังคับใช้งานระบบประเมิน แต่ละหน่วยงานก็จะไม่ยินยอมทำการประเมินตัวเอง จนกระทั่งมีการบังคับให้ประเมิน เช่น กำหนดเป็น KPI ขององค์กร หรือใช้เป็นการประเมินการประเมินในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 6.3 แผนการบริหารจัดการ

ผู้วิจัยได้วางแผนจะดำเนินการจัดตั้งบริษัทจำกัดเพื่อให้สามารถนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ ในเชิงพาณิชย์ได้จริงในวันข้างหน้า โดยอ้างอิงจากการวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการ

นำไปใช้ประโยชน์ เพื่อดำเนินการผลิตโปรแกรมนวัตกรรมระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในนาม “บริษัท นวัตกรรม แมเนจเม้นท์ จำกัด” กำหนดทุนจดทะเบียนเริ่มต้น  
คาดการณ์ไว้ที่ จำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท ในส่วนแผนการบริการจัดการองค์กร  
กลยุทธ์การตลาด และการจัดการทางการเงิน มีรายละเอียดการดำเนินการต่อไปนี้

### 6.3.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

“นวัตกรรม แมเนจเม้นท์ มุ่งมั่นในการเป็นตัวกลางเพื่อการประเมินการดำเนินงาน  
ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย”

#### พันธกิจ (Mission)

- 1) พัฒนาปรับปรุงโปรแกรมการประเมินผลการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับนานาชาติ
- 2) เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้และสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทย
- 3) พัฒนาค่าน้ำหนักอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 4) จัดทำสรุปผลการประเมินเพื่อแสดงถึงความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืนในประเทศไทย

### 6.3.2 เป้าหมายทางธุรกิจ

#### เป้าหมายระยะสั้น

- 1) บริษัทมีรายได้อย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 5 ปี และสามารถคืนทุนภายใน 3 ปี
- 2) เป็นแหล่งรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์และกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
ในประเทศไทย
- 3) มีพัฒนารูปแบบ (Feature) การประเมินใหม่ ๆ และการใช้งานที่สะดวกมาก  
ยิ่งขึ้น

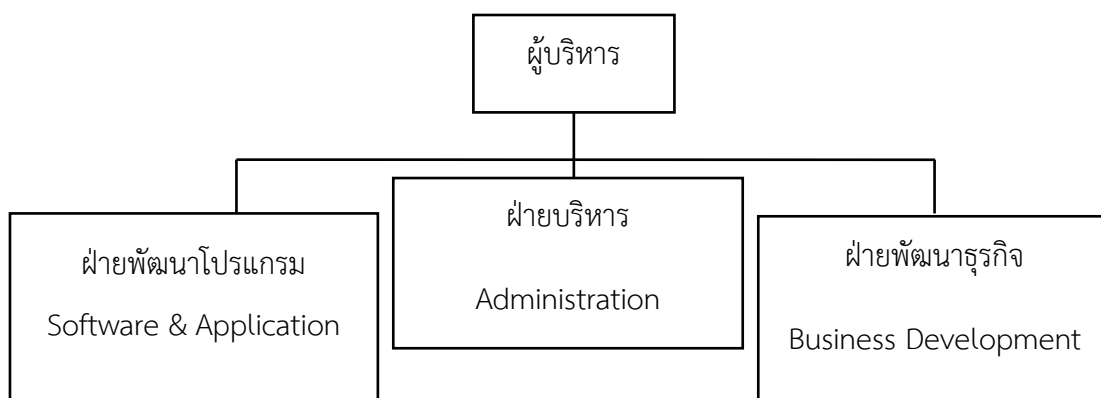
### เป้าหมายระยะยาว

- 1) สามารถขยายงานด้านโปรแกรมไปในส่วนอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น โปรแกรมประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การจัดอันดับ (Rating) คุณภาพของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นต้น
- 2) บริษัทมีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
- 3) สามารถขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ

### 6.3.3 กุญแจแห่งความสำเร็จในธุรกิจ

- 1) ผลการประเมินการดำเนินงานด้านตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นที่ยอมรับและความน่าเชื่อถือ
- 2) คุณค่าและประโยชน์ที่หน่วยงานจะได้รับ และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทย
- 3) การปรับปรุงเกณฑ์การประเมินให้น่าเชื่อถือ
- 4) มีการอัปเดตโปรแกรมให้สอดคล้องกับผลงานวิจัยเชิงวิชาการใหม่ ๆ

### 6.3.4 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 35 โครงสร้างองค์กร

จากภาพที่ 36 แสดงถึงโครงสร้างองค์กรของบริษัท นวัตกรรม แมเนจเม้นท์ จำกัด ในช่วงก่อตั้งจะประกอบไปด้วย ผู้บริหาร (CEO) ที่ดูแลฝ่ายบริหารควบคู่กันไป และฝ่ายงานอีก 2 ฝ่าย ได้แก่ 1. ฝ่ายพัฒนาโปรแกรม ซึ่งเป็นหัวใจหลักของบริษัท 2. ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เป็นฝ่ายที่คอยดำเนินการด้านธุรกิจและการตลาด ซึ่งช่วงเริ่มต้นบริษัทจะมีลักษณะองค์กรที่มีโครงสร้างขนาดเล็ก ทำให้การทำงานร่วมกันได้รวดเร็ว คล่องตัว และประหยัดค่าใช้จ่าย

คณะกรรมการบริหาร ประกอบไปด้วยผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 1 ราย ได้แก่

1. นางสาวจิตรลดา ศุภชัยมงคล ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

### 6.3.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน

ฝ่ายพัฒนาโปรแกรม มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- 1) พัฒนาโปรแกรมและอัปเดตรูปแบบ (Feature) ต่าง ๆ ให้ทันสถานการณ์ตลอดเวลา
- 2) ดำเนินการจัดทำผลการประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นรายปี
- 3) ให้คำปรึกษาและบริการก่อนและหลังการขาย และแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาการใช้งาน ทั้งจากระบบแจ้งเหตุทางเว็บไซต์และทางโทรศัพท์
- 4) วิจัยทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- 1) วางแผนและกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กร



2) จัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาความต้องการกลุ่มลูกค้า และนำมาพัฒนาโปรแกรมให้ดียิ่งขึ้น

3) จัดทำประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

4) สำนักรวความพึงพอใจลูกค้าและผู้ใช้งาน

ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1) จัดทำบัญชี งบการเงิน งบประมาณ พัสดุต่าง ๆ

2) ทรัพยากรบุคคล และสวัสดิการพนักงาน

3) หลักสูตรการอบรมที่เกี่ยวข้อง

### 6.3.6 แผนงานด้านบุคลากร

ในกรณีที่ได้รับสัญญาจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขั้นตอนต่อไปในการวางแผนการดำเนินงานของบริษัทได้กำหนดแผน ให้มีพนักงาน ดังนี้

1. ผู้บริหาร 1 อัตรา ทำหน้าที่ บริหารบริษัทให้ดำเนินงานเป็นไปตามกำหนด และดูแลงานฝ่ายบริหารไปด้วย โดยมีค่าตอบแทน ที่ 35,000 บาท ต่อเดือน
2. นักพัฒนาโปรแกรม 1 อัตรา ทำหน้าที่ ดูแลระบบและพัฒนา ให้คำปรึกษาและบริการก่อนและหลังการขาย และแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาการใช้งาน ทั้งจากระบบแจ้งเหตุทางเวปไซด์และทางโทรศัพท์ เบื้องต้นมีค่าตอบแทนเริ่มต้นที่ 30,000 บาท ต่อเดือน
3. พนักงานพัฒนาธุรกิจ 1 อัตรา ทำหน้าที่ วางแผนและกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กร จัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาความต้องการกลุ่มลูกค้า จัดทำประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างโดยมีค่าตอบแทน ที่ 15,000 บาท ต่อเดือน

### 6.3.7 การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา

ลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครองเป็นไปโดยอัตโนมัติไม่ต้องจดทะเบียน ได้แก่ กฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครอง 1) การแสดงออกทางความคิด (The Expression of idea) 2) งานสร้างสรรค์ต่าง ๆ 3) การเริ่มของบุคคลด้วยตนเอง (Originality) ในส่วนที่ การคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่ครอบคลุมถึงความคิดหรือขั้นตอน กรรมวิธีระบบ วิธีใช้การ ทำงาน แนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ หรือคณิตศาสตร์

วัตถุประสงค์ของการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจัดทำ ฐานข้อมูลเพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ติดต่อขออนุญาตใช้ผลงานจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสำคัญ

## 6.4 แผนทางการตลาด

### 6.4.1 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์อย่างยั่งยืน เหมาะสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานด้านตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์อย่างยั่งยืนขององค์การมหาชนในประเทศไทย และจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินการและเปรียบเทียบภาพรวมและแยกแต่ละองค์ประกอบ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวยุทธศาสตร์แต่เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย และอยู่ในระยะเริ่มต้น เนื่องจากยังไม่สามารถแบ่งระดับศักยภาพสถานที่ท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ต้องพัฒนาเกณฑ์จัดอันดับคุณภาพและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ และนำแอปพลิเคชันมือถือตัวนี้เพื่อไปประเมินการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน

### 6.4.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

#### ด้านการให้บริการ

เนื่องจากนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์อย่างยั่งยืนใช้ประเมินผลและสรุปผลการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์อย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ประเมินจำเป็นจะต้องความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ประเมิน เช่น ฝ่ายที่ดูแลด้านนโยบายและแผน ฝ่ายกฎหมาย และที่สำคัญคือ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เป็นส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนการจัดเก็บข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น จึงต้องมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และให้ความรู้ (Training) ก่อนการประเมินผลจริง ให้ทั้ง หน่วยงานการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานที่เหมาะสมและถูกต้อง นอกจากนี้การบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษาเมื่อเกิดความผิดพลาดจากการทำงานของ แอปพลิเคชันมือถือตลอดจนการอธิบายผลจากการประเมิน

### ด้านราคา

เนื่องจากนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมาโดยเฉพาะ ในการประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และการจะสร้างโปรแกรมนี้ขึ้นมาจะต้องมีความรู้เป็นพื้นฐานในการสร้าง แอปพลิเคชันมือถือ ในส่วนของราคาจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความเห็นแนวทางด้านราคาไว้ คือ 1 .ในกรณีที่ขายลิขสิทธิ์ (Selling) มูลค่าสินค้าอยู่ระหว่าง 1,000,000-3,000,000 บาท แนวทางที่ 2 หากเป็นการขายแบบให้สิทธิ์ในการดูแลระบบ แต่จากการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ผู้วิจัยใช้การขายแบบให้สิทธิ์ในการดูแลระบบ (Exclusive Licensing)

### ด้านการจัดจำหน่าย

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะถูกจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก โดยตรงในการให้สิทธิ์ผู้วิจัยในการดูแลระบบ เมื่อมีการทำสัญญาซื้อขายหรือการทำสัญญามอบสิทธิ์การดูแล และส่งมอบงานตามสัญญาที่ตกลง

### ด้านการตลาด

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นแอปพลิเคชันมือถือใหม่ ดังนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานที่จะต้องเข้ามาใช้งานให้ได้รับความรู้ในการใช้งาน ดังนั้นในระยะเริ่มต้นจะมีการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์อย่างสูง โดยมีการจัดสัมมนาและการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องใช้ แอปพลิเคชันมือถือตัวนี้ เพื่อให้กลุ่มผู้ประเมินได้เข้าทดลองการประเมินจริง

### ด้านการดำเนินงาน

บริษัท นวัตกรรม แมเนจเมนท์ จำกัด จะเป็นผู้ให้บริการ (Service Provider) ให้กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของประเทศไทย โดยบริษัท นวัตกรรม แมเนจเมนท์ จำกัด จะเป็นผู้สนับสนุนงานระบบที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมระบบประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เช่น การประเมิน การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น

## 6.5 แผนทางการเงิน

แผนการเงินคิดในข้อสมมติ ในกรณีที่ได้รับสิทธิการดำเนินงานแต่เพียงผู้เดียว จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการให้ดำเนินการเป็นผู้ให้บริการในการประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เพื่อสมมติฐานให้บริษัทมีรายได้เข้ามาในปีแรก

### คาดการณ์การลงทุน

การเริ่มต้นในธุรกิจ แอปพลิเคชันมือถือ เป็นธุรกิจที่ไม่มีการลงทุนในทรัพย์สินสูงมา ส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ และอุปกรณ์สำนักงานทั่วไป โดยผู้วิจัยได้นำเอาเงินส่วนตัวมาลงทุน 500,000 บาท โดยได้คาดการณ์การลงทุนเบื้องต้นไว้แบ่งเงินออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ค่าจ้างโปรแกรมเมอร์พัฒนา แอปพลิเคชันมือถือ ค่าพัฒนาติดตั้ง ค่าวิจัยและพัฒนา และค่าเช่าโดเมน รวมทั้งสิ้น 290,000 บาท และลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน จำนวน 120,000 บาท

### ข้อมูลทางการเงิน

จากการคาดการณ์การลงทุนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดข้อสมมติทางการเงิน เพื่อแสดงถึงการวางแผนทางการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของบริษัท ได้ดังต่อไปนี้

1. เงินลงทุน เริ่มแรกโดยผู้วิจัย จำนวน 500,000 บาท

2. รายได้ มาจากการทำสัญญาเพื่อดูแลระบบการประเมินโดยมีการคิดรายได้จากการขายสิทธิ์ในการใช้งาน แอปพลิเคชันมือถือให้กับหน่วยงานที่มีอำนาจในการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เบื้องต้นผู้ที่ประเมินได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของอพท. แต่เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐจะไม่มีแนวคิดจำนวนครั้งในการใช้งาน แต่จะคิดเป็นการเหมาจ่ายเป็นรายปี ซึ่งราคาที่เหมาะสมในการประเมินการดำเนินงานตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อยู่ที่ 1,000,000 บาท ต่อปี และค่าอบรมการใช้งานในแต่ละสำนักงาน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของ อพท. โดยแบ่งเป็น ปีละ 20 แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือชุมชน เพราะฉะนั้น บริษัทจะมีรายได้ในปีแรก 1,400,000 บาท

3. ต้นทุนการขาย ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

1. ในช่วงเริ่มต้นจะจ้างบริษัทที่เชี่ยวชาญ เพื่อมาปรับปรุงและติดตั้ง แอปพลิเคชันมือถือขึ้นนี้ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยมีค่าใช้จ่าย ประมาณ 290,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นเงินเดือนและค่าจ้าง ค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ และค่าประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ

3. อัตราการเติบโตของยอดขาย ได้กำหนดอัตราการเติบโตไว้ คือ มีกำหนดให้มีอัตราการเติบโตของค่าธรรมเนียมในการประเมิน 20 %ทุก ๆ 3 ปี

#### นโยบายทางการเงิน

รายได้การดำเนินธุรกิจ กรณีที่เป็นขายสิทธิ์ดูแลระบบประเมิน ณ หลังวันที่ประเมิน 30 วัน จะวางบิลเพื่อเบิกค่าธรรมเนียมในการประเมิน สำหรับต้นทุนการพัฒนาและปรับปรุง แอปพลิเคชันมือถือ จะมีการแบ่งจ่ายเงิน ออกเป็น 2 งวด งวดแรก เป็นเงินค่ามัดจำในวันที่ทำสัญญาตกลงข้อกำหนดในการพัฒนา แอปพลิเคชันมือถือ 50 % ส่วนและในส่วนที่เหลือจะจ่ายให้หลังจากที่ แอปพลิเคชันมือถือพัฒนาเสร็จสมบูรณ์อีก 50 % และจะมีการดูแลระบบต่อเนื่องไปอีก 3 เดือน

#### การประเมินความคุ้มค่าของโครงการ

จากสมมติฐานทางการเงินดังกล่าวมานั้น ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาจัดทำทางการเงินไว้ล่วงหน้า 5 ปี ซึ่งสามารถคาดการณ์การขาย รายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดการ งบกำไร-ขาดทุน ตลอดจนการคาดการณ์งบดุลและกระแสเงินสด ได้ตั้งรายละเอียดในภาคผนวก ง .โดยการวิเคราะห์สถานะทางการเงินครั้งนี้จะสามารถแสดงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน ได้แก่วิธีระยะเวลาคืนทุนในแบบคิดลด(Discount Payback Period : DPB) วิธีค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และวิธีอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (Internal Rate of Return) (ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 33 และรายละเอียดดังภาคผนวก)

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน คาดว่ากระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับในแต่ละปีมีจำนวนไม่เท่ากัน จึงคำนวณระยะเวลาคืนทุนดังแสดงในตารางที่ 34 ได้ดังนี้

ตารางที่ 34 วิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน

End of Year	Expected Net CF (after tax)	Accumulated CF
0	-500,000	-500,000
1	302,788	-197,213
2	360,868	163,656
3	500,296	663,951
4	468,806	1,132,757
5	436,372	1,569,129
		ดังนั้น ระยะเวลาคืนทุน = 2.21 ปี

จากการคำนวณค่าผลตอบแทนสุทธิ โดยมีการแสดงผลการคำนวณแสดงค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 455,578 บาท นอกจากนี้ ผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) แสดงค่าเท่ากับ 69% เพราะฉะนั้นโครงการนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นโครงการที่น่าลงทุนอย่างสูง เนื่องจากมีผลตอบแทนที่สูง และอัตราผลตอบแทนของธุรกิจอยู่ที่ IRR 30% เมื่อเปรียบเทียบเพื่อวัดความน่าสนใจของโครงการ

#### การคิดผลตอบแทนจากการลงทุน

ผลการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน พบว่า บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับสูงมาก เนื่องจากบริษัทไม่มีหนี้สินหมุนเวียน เมื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพจากการใช้สินทรัพย์เพื่อสร้างผลการดำเนินงาน สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์อยู่ในระดับที่ดี

เมื่อวิเคราะห์ความสามารถในการก่อหนี้ของบริษัท พบว่า บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินและอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน อยู่ในระดับต่ำมาก เนื่องจากไม่มีการก่อหนี้ในช่วงเริ่มต้น แสดงให้เห็นถึงมั่นคงทางการเงินขององค์กร และมีความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในระดับต่ำ สำหรับอัตราส่วนประสิทธิภาพในการบริหารงาน พบว่า อัตราส่วนกำไรขั้นต้น สูงกว่า 70% ขณะที่อัตราส่วนกำไรสุทธิในช่วง 2 ปีแรก มีผลติดลบเนื่องจากขาดทุน แต่หลังจากนั้นอัตราส่วนกำไรสุทธิมีค่าเป็นบวก โดยมีอัตราส่วนเท่ากับ 5% ในปี 3 และปรับตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปีถัดไป เมื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นหลังจากที่มีผลกำไรในปี 3 เป็นต้นไป พบว่า มีอัตราส่วนผลตอบแทนใกล้เคียงกัน คือ ประมาณ 15-25% ทั้งนี้ เนื่องจากโครงสร้างการลงทุนของบริษัทมีการก่อหนี้สินในสัดส่วนที่น้อยมาก จึงทำให้สินทรัพย์รวมกับส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนใกล้เคียงกัน

ดังนั้น แผนการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่ได้นำเสนอในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน โดยสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่สูงกว่าที่คาดหวังไว้ อีกทั้งเป็นผู้ประกอบการไทยรายแรกที่พัฒนา แอปพลิเคชันมือถือเพื่อตอบโจทย์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งเป็นกระแสการบริหารจัดการยุคใหม่ที่หลายบริษัทเริ่มให้ความสำคัญ ประกอบกับได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานกำกับดูแล จึงมีความเป็นไปได้ทางการตลาดสูงในการนำนวัตกรรมตัวแบบทางการบัญชีที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาต่อไปเป็น แอปพลิเคชันมือถือเพื่อให้เกิดการนำไปใช้จริงในภาคธุรกิจต่อไป

## บทที่ 7

### สรุป อภิปรายผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนวัตกรรมตัวชี้วัดเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน คือ 1) ศึกษาองค์ประกอบ ตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 2) ศึกษารูปแบบยืนยันโครงสร้างองค์ประกอบ และตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 3) พัฒนาระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และ 4) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครื่องมือการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ โดยผลจากการวิจัยครั้งนี้ค้นพบเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์จากค่าสถิติ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเกณฑ์การประเมินดังกล่าวมาออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และนำนวัตกรรมต้นแบบไปทดลองใช้จริง และนำเสนอแนวทางการนำระบบนวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ ดังรายละเอียดขั้นตอนการวิจัยแสดงในบทที่ 2-6 ที่ผ่านนั้น โดยในบทนี้จะนำเสนอมาสรุป อภิปรายผลการวิจัย ตลอดจนนำเสนอปัญหาอุปสรรค ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะการวิจัยประกอบด้วยประเด็นดังต่อไปนี้

- สรุปและอภิปรายผลการศึกษาคูณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- สรุปและอภิปรายผลการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- สรุปและอภิปรายผลการพัฒนานวัตกรรมการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและการทดสอบการยอมรับนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดของการทำวิจัย
- ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

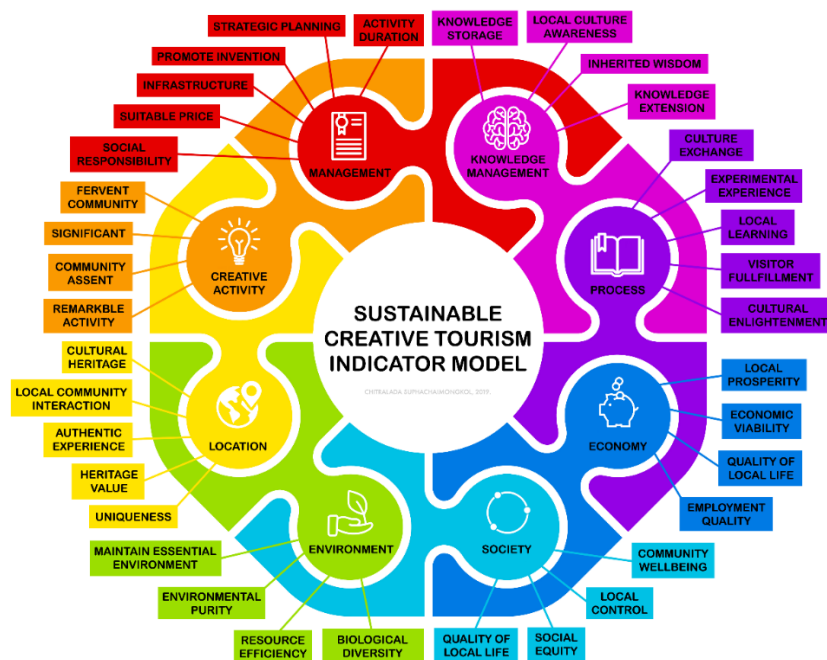
#### 7.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาคูณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

การศึกษาเพื่อค้นหาคุณลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยเริ่มจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย ทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับประเด็นที่สำคัญคือตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จนได้กรอบแนวคิดตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากนั้นผู้วิจัยได้นำปัจจัยตัวชี้วัดไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้ข้อคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทย

และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อสร้างองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากนั้นจึงนำองค์ประกอบและตัวชี้วัดไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จากทั่วประเทศจำนวน 253 กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติเพื่อยืนยันองค์ประกอบ (CFA) ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 7.1.1 องค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดคุณค่าหรือคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงสถานภาพ หรือผลของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยตัวชี้วัดสามารถบอกทิศทางในการพัฒนาหรือการดำเนินกิจกรรมที่สนใจ ว่าไปถึงจุดใด บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายแค่ไหน และเป็นสารสนเทศที่บ่งบอกถึงสถานะหรือสภาพการณ์ที่เราสนใจ ซึ่งตัวชี้วัดสามารถสะท้อนถึงข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ที่ต้องการศึกษาโดยรวม ซึ่งตัวชี้วัดทางด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นได้มีการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์มาหลากหลายผลงานวิชาการ โดยในหัวข้อนี้จะนำเสนอลักษณะของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และจากการการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ และมีโมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และรายการอ้างอิงยืนยันองค์ประกอบดังแสดงในภาพที่ 36



ภาพที่ 36 สรุปรูปโมเดลองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อีกทั้งยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิม อีกทั้งผู้คนในพื้นที่ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม โดยตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านพื้นที่คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง 5) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ (Richards & Wilson, 2008) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ของพื้นที่และการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรมีการส่งเสริมเอกลักษณ์และความโดดเด่น (strengthening identity and distinctiveness) ตลอดจนการสร้างบรรยากาศให้แก่สถานที่ (atmosphere' for places) 3) และสัมพันธ์กับแนวคิดของ Tiyaphipat (Tiyaphipat, 2017) ที่นำเสนอว่า Creative Tourism พัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นไปตามข้อเสนอของ UNESCO (2006) ที่ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม (Using existing resource) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Suddan Wisduthiluck (2016) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติที่โดดเด่น และเจ้าของกิจกรรมสร้างสรรค์ต้องมีความตระหนักต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่ ยังสอดคล้องกับรายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา (2553) ที่ได้อธิบายว่าปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นการศึกษาด้านอาคารและเมืองในเชิงกายภาพ (Physical) หรือเชิงพื้นที่ (spatial) เพื่อความเข้าใจในรูปแบบเชิงสัณฐานของเมืองและอาคารอย่างชัดเจน ควบคู่กับปัจจัยอื่น เช่น ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และจิตวิทยาเพื่อสร้างความเข้าใจเมือง สถาปัตยกรรม หรือสิ่งแวดล้อมโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีกระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความ

ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยองค์ประกอบด้านกระบวนการประกอบด้วยตัวบ่งชี้คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และ 5) แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสัมพันธ์กับข้อเสนอของ UNESCO (UNESCO, 2006) ที่ได้นำเสนอลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่าต้องมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกหรือการค้นพบ (self-expression/discovery) นอกจากนี้องค์ประกอบด้านกระบวนการยังสัมพันธ์กับแนวคิดของ Dootsi et al. (Dootsi et al., 2017) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการบูรณาการในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม (Cultural interaction) และสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์ (Learning and interaction in the environment) มีการบูรณาการทางวัฒนธรรม (Integration of Cultures) นอกจากนี้ Suddan Wisduthiluck et al., (Suddan Wisduthiluck et al., 2016) ได้นำเสนอว่าองค์ประกอบตัวชี้วัดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นควรมี 1) มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม (Cross cultural exchange) 2) มีการสร้างประสบการณ์ตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจกรรม (Direct experience between tourist and activity owner) 3) มีกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่ (Knowledge transfer process deep understanding of the place)

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ กล่าวคือ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยว โดยกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรมหรือประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2006) ที่นำเสนอว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other) และมีการสร้างประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences) และนักท่องเที่ยวมีโอกาส

พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creating tourism experience) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Dootsi et al. (Doosti et al., 2017) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องกิจกรรมการเรียนรู้และโต้ตอบกับผู้คน (Learning and interacting with people) และสอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่นำเสนอโดย ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี (ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, 2561) ที่ว่า ต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/deep meaning/understanding of the specific cultural of the place) และต้องสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกทางวัฒนธรรม (Ability to present meaning of culture heritage) นอกจากนี้ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2558) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นเจ้าของกิจกรรมต้อง 1) มีความเป็นเจ้าบ้านที่พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำขั้นตอน วิธีการและการถ่ายทอดความหมายของกิจกรรม 2) มีความสามารถในการสื่อสารและสามารถสื่อความหมายที่สำคัญของกิจกรรม

4. องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ กล่าวคือแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เช่น การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและติดตามการประเมินผลแผนปฏิบัติงานนั้นด้วย ซึ่งองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการสัมพันธ์กับแนวคิดของฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี (2561) ที่ได้นำเสนอว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดตั้งกลุ่มการบริหารงานโดยชุมชน และมีเครือข่าย กลุ่มองค์กรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 2) แหล่งท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน 3) แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำ อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว 4) แหล่งท่องเที่ยวมีอุปกรณ์การท่องเที่ยวจำนวนเพียงพอ และมีระบบรักษาความปลอดภัย และ Dootsi et al. (Doosti et al., 2017) ได้นำเสนอว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องมีส่วนร่วมในการบริการ (Learning and engaging in services) นอกจากนี้ อรุมา เตพละกุลและคณะ (2561) ได้นำเสนอเกณฑ์วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการประกอบด้วย 1) ความเหมาะสมในการจัดพื้นที่ 2) ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และ 3) มีความเหมาะสมในด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม

5. องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ กล่าวคือ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องมีกระบวนการในการบริหารจัดการความรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา การมีกิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้คนรุ่นใหม่ ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งจากการวิจัยพบว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ประกอบด้วยตัวชี้วัดคือ 1) ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัวหรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 2) แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม 3) มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้ 4) มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรครูปแบบใหม่ได้ และ 5) มีระบบที่ก่อให้เกิดการป้องกันและคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลและท้องถิ่น ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards and Wilson (2008) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และการส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/transformation and transformative experiences) และสัมพันธ์กับแนวคิดของฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี (2561) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ต้องมีการรวบรวมและบันทึกเก็บรักษาความรู้ ภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นเอกสาร รูปภาพ มีการเผยแพร่ให้คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวได้ทราบหรือจัดทำเป็นหลักสูตร และส่งเสริมการอนุรักษ์ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

6. องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ กล่าวคือการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว นั้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าปัจจัยบ่งชี้ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว 5) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ และ 6) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืนของ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้นต้อง มีการสร้าง ศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic viability) ต้องมีการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น (Local prosperity) ต้องมีการทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ (Employment quality) และ Choi (Choi & Sirakaya, 2005) ได้นำเสนอว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องมีการสร้าง ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้นสำหรับคนในท้องถิ่นและเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนที่เป็นโฮสต์ การยกระดับสถานะความเป็นอยู่ของเจ้าบ้าน (เจ้าของสถานที่) นอกจากนี้ผลการวิจัยเกี่ยวกับ องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจยังสอดคล้องหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่ง ท่องเที่ยว (GSTC) นั้นต้องสามารถผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของ คนในท้องถิ่น ต้องมีการป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ชอบธรรม และต้องมีการสนับสนุน ธุรกิจท้องถิ่นและการค้าโดยชอบธรรม

7. องค์ประกอบด้านสังคม กล่าวคือการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้นั้นต้องมีการ รักษาความสมดุลทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดี ต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม ซึ่งจากการวิจัย องค์ประกอบด้านสังคมประกอบด้วยตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องคือ 1) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรเปิดให้มี ส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องสามารถทำให้สังคมและประชาชนใน พื้นที่ที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องสามารถลดความ เหลื่อมล้ำทางสังคม และ 4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัด ดังกล่าวสอดคล้องกับ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องมีการสร้าง ความเสมอภาคทางสังคม การลดความเหลื่อมล้ำ การสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจและ ทางด้านสังคม (Social equity) การให้ท้องถิ่นหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ การ วางแผน การควบคุมและการตัดสินใจ (local control) การสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน สร้าง ความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน (Community wellbeing) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญ เลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้นั้นต้องมีการพัฒนาการมีส่วนร่วม ทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คง อยู่ตลอดไป นอกจากนี้องค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ หลักเกณฑ์ด้านการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) นั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในสังคม กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในสังคมในกระบวนการ วางแผนเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจร่วมกัน

8. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะยั่งยืนได้ จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าองค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวชี้วัดคือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ 2) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด 3) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ 4) สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งองค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสัมพันธ์กับ UNWTO (2005) ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ และสัตว์ (Biological diversity) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด หรือลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย จากการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Resource efficiency) และ การดำรงรักษาไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ การการสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เช่น ผลกระทบต่ออากาศ น้ำ และพื้นดิน รวมทั้งการไม่ทิ้งของเสียและการทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environment purity) และตัวชี้วัดดังกล่าวสัมพันธ์กับหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) ที่นำเสนอว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการควบคุมและดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งการรักษาถิ่นที่อยู่อาศัย พันธุ์สัตว์ ระบบนิเวศ และการป้องกันการแพร่ระบาดของแมลงและโรคต่าง ๆ นอกจากนี้ องค์ประกอบและตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่นำเสนอว่าองค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยต้องการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และอรอุมา เตพละกุล และคณะ (2561) ได้นำเสนอว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้นต้องมีการรักษาสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

## 7.2 สรุปและอภิปรายผลการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

การวิจัยในครั้งนี้นอกจากวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์แล้ว ยังเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้รูปแบบการวิเคราะห์

องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่นักวิจัยหรือนักวิชาการได้สร้างหรือนำเสนอโมเดลเอาไว้แล้ว โดยในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการสร้างองค์ประกอบ และการพิสูจน์ความถูกต้องของโมเดลที่เกี่ยวกับการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาโมเดลรูปแบบการวัด (measurement model) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (variable) กับตัวแปรแฝงที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างจากทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง(ไชยันต์ สกกุลศรีประเสริฐ, 2556) ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนี้ Steven (2009) นำเสนอว่าเหมาะสำหรับการศึกษาที่มีกรอบความคิดชัดเจน มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ชัดเจนอยู่เบื้องหลัง จำนวนองค์ประกอบถูกกำหนดหรือได้มีการศึกษาไว้ และ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบกับตัวแปรสังเกตได้ถูกกำหนดไว้ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

จากการวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยส่งแบบสอบถามไปจำนวน 300 ชุด และได้รับกลับมาจำนวน 253 ชุด โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเพื่อตรวจสอบการวัดคุณลักษณะได้ตรงตามองค์ประกอบของโครงสร้างการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ในขั้นตอนแรก จะพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มากกว่า 0.30 ขึ้นไป เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันว่าข้อคำถามที่ใช้ที่วัดแต่ละข้อมีความเหมาะสม เป็นตัวแปรสังเกตได้ของแต่ละองค์ประกอบย่อยที่ทำการศึกษาหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่าตัวแปร (variable) กับองค์ประกอบ (factors) มีค่าเกินกว่า 0.30 ซึ่งมีความเหมาะสม นอกจากนี้จากการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อ มูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากดัชนีค่าความกลมกลืนพบว่า มีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้งหมดผ่านเกณฑ์การ ยอมรับ คือค่าดัชนี  $\chi^2 / df = 2.07$ , CFI = 0.911, TLI=0.901, RMSEA = 0.067 และ SRMR = 0.048 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hair et al., (2010) ที่นำเสนอว่า ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square:  $\chi^2 / df$ )  $\chi^2 / df < 5.00$ , ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)  $> 0.90$ , ค่าดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI)  $> 0.90$ , Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)  $< 0.08$ , และค่า Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)  $< 0.08$

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) คือการวิเคราะห์ว่า คำถามหรือตัวชี้วัดที่ใช้วัดในเรื่องเดียวกันซึ่งควรจะมีค่าแปรปรวนร่วมเพื่ออธิบายโดยองค์ประกอบเดียวกัน ซึ่งพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่มีต่อตัวแปรแฝงเดียวกันที่สูงกว่า 0.5 ขึ้นไป ซึ่งการนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบมายกกำลังสอง (variance extracted) จะแสดงถึงความแปรปรวนที่ตัวแปรสังเกตได้ถูก อธิบายโดยตัวแปรแฝง เมื่อนำ variance extracted ของตัวแปร

สังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงเดียวกัน มาหาค่าเฉลี่ยจะได้ average variance extracted (AVE) ซึ่งถ้าค่า AVE ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่ามีโมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดีตามทฤษฎีที่นำเสนอโดย (Hair et al., 2010) (ไชยันต์ สกฤษศรีประเสริฐ, 2556) โดยผลการวิเคราะห์ Convergent Validity ขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าค่า Factors loading ของทุกแปรตัวชี้วัดขององค์ประกอบทุกค่าเกินกว่า 0.5 แสดงว่ามีโมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดี และจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) ซึ่งเป็นการบอกค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 ถ้ามากกว่า 0.7 แสดงว่าตัวแปรแฝงมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี (Hair et al., 2010) และจากผลการวิเคราะห์ค่า Factor loading, AVE และ ค่า CR ของทุกองค์ประกอบ พบว่าองค์ประกอบที่ 1 ด้านพื้นที่ค่า Factor loading = 0.824 องค์ประกอบที่ 2 ด้านกระบวนการค่า Factor loading = 0.843 องค์ประกอบที่ 3 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ค่า Factor loading = 1.00 องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ ค่า Factor loading = 1.00 องค์ประกอบที่ 5 ด้านการจัดการความรู้ ค่า Factor loading = 0.937 องค์ประกอบที่ 6 ด้านเศรษฐกิจ ค่า Factor loading = 0.881 องค์ประกอบที่ 7 ด้านสังคมค่า Factor loading = 0.854 และองค์ประกอบที่ 8 ด้านสิ่งแวดล้อม ค่า Factor loading = 0.753 นอกจากนี้พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกค่าอยู่ในระดับที่ดีเนื่องจากมีค่าเกิน 0.70 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hair Black et al., (2010) นอกจากนี้การพิจารณาค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของทั้ง 8 องค์ประกอบพบว่ามีค่า = 0.750 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Hair et al., 2010) และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) ของทุกองค์ประกอบ = 0.960 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.7 สอดคล้องกับแนวคิดของ (Hair et al., 2010) ดังนั้น สรุปได้ว่า ทุกข้อคำถามของการพัฒนาตัวชี้วัดการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถนำมาใช้ในการประเมินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

### 7.3 การพัฒนานวัตกรรมการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและการทดสอบการยอมรับ

#### นวัตกรรม

งานวิจัยนี้นอกจากเป็นการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติแล้ว ยังเป็นการนำผลการวิจัยมาออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนอีกด้วย ซึ่งรูปแบบของระบบนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นนั้นเป็นรูปแบบการประเมินผ่าน mobile application โดยใช้ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศด้วยเทคนิคการสร้างต้นแบบ (Prototype) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน



ขั้นที่ 1 ระบุความต้องการเบื้องต้นของผู้ใช้ ผู้ออกแบบระบบทำการศึกษาและรวบรวมความต้องการสารสนเทศเบื้องต้นของผู้ใช้

ขั้นที่ 2 พัฒนาต้นแบบเริ่มแรก ผู้ออกแบบระบบทำการสร้างต้นแบบโดยออกแบบและพัฒนาระบบให้รองรับกับระบบปฏิบัติการ Android

ขั้นที่ 3 นำต้นแบบมาใช้ ผู้ใช้จะได้รับการสนับสนุนให้ทดลองใช้ต้นแบบเพื่อประเมินว่าต้นแบบสามารถทำงานได้ตามที่ผู้ใช้งานต้องการเพียงใด ซึ่งผู้ใช้อาจให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงต้นแบบต่อไป

ขั้นที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขต้นแบบ นำข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขต้นแบบจนกระทั่งต้นแบบนั้นได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน

เมื่อนวัตกรรมต้นแบบได้ถูกออกแบบและพัฒนาแล้วจากนั้นจึงเป็นการประเมินความพึงพอใจการใช้งานระบบที่เกี่ยวข้องกับการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความคิดของผู้ใช้ต่อระบบที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้น โดยใช้ผู้ประเมินจำนวน 30 คน ซึ่งปัจจัยที่นำมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ด้านการรับรู้การใช้ประโยชน์ ด้านการสนับสนุนต่อทรัพยากรและข้อมูล ทักษะคนที่มีการใช้งาน ด้านความตั้งใจใช้งานระบบนวัตกรรม ด้านการยอมรับและการใช้งานระบบนวัตกรรม ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร, 2018) ได้นำเสนอการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานระบบสารสนเทศโดยประเมินความพึงพอใจ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้ประโยชน์ 2) ด้านประสิทธิภาพของระบบ และ 3) ด้านความเป็นไปได้ และเอกรินทร์ วิจิตต์พันธ์และคณะ (2557) ได้นำเสนอการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสารสนเทศเพื่อการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานระบบ 2) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ และ 3) ด้านความยากง่ายต่อการใช้งานระบบ ซึ่งจากการประเมินการใช้งานและการยอมรับนวัตกรรมต้นแบบระบบการประเมินตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อด้านการรับรู้ประโยชน์ของระบบนวัตกรรมในระดับพอใจมาก (4.20) ด้านการสนับสนุนต่อทรัพยากรและข้อมูลในระดับพอใจมาก (4.18) ด้านทักษะคนที่มีการใช้งานในระดับพอใจมาก (4.08) ด้านความตั้งใจใช้งานระบบนวัตกรรมในระดับมาก (4.13) และด้านการยอมรับและการใช้งานระบบนวัตกรรมในระดับมาก (4.15)

ส่วนรูปแบบการนำระบบนวัตกรรมไปใช้ ตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าควรนำระบบนวัตกรรมไปใช้งานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ กล่าวคือ ให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และการ ให้นำหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการดูแลข้อมูลและศึกษาศักยภาพเพื่อส่งเสริมหรือปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, ให้กลุ่มผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการดูแลข้อมูลและศึกษา

ศักยภาพเพื่อส่งเสริมหรือปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และให้ผู้สนับสนุนทางการเงินนำระบบไปใช้งานในการจัดการข้อมูลศึกษาศักยภาพประกอบการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาจากระบบนวัตกรรมนั้นผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าควรอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-exclusive licensing) ให้แก่หน่วยงานหรือองค์กร (หลายองค์กร) ที่สนใจ

#### 7.4 ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทย โดยเป็นการผสมผสานการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ รวมทั้งเป็นการนำผลจากการวิจัยที่ได้มาออกแบบและพัฒนาระบบนวัตกรรมต้นแบบเพื่อการประเมินการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และการนำเสนอแนวทางการนำนวัตกรรมต้นแบบสู่เชิงพาณิชย์ อย่างไรก็ตามในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมต้นแบบในครั้งนี่ยังมีข้อจำกัด ปัญหา และอุปสรรคหลากหลาย ดังนี้

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทยมีค่อนข้างจำกัด อีกทั้งค่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้ง ๆ ที่ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ยาวนานและสามารถนำมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้ ซึ่งสมาคมการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (ATLAS) ได้ระบุข้อค้นพบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่มีมุมมองต่อการใช้ชีวิตในวันหยุดในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ระบุชี้ชัดได้ยาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้ร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกันชุมชนท่องเที่ยวเท่าที่ควร ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหรืออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการให้บริการแบบท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ทดลอง และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตามนิยามและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังไม่มี การขึ้นทะเบียนแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทั้งหมดในประเทศไทย อีกทั้งยังไม่มีระบบการจัดอันดับคุณลักษณะหรือคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทยที่ชัดเจน ดังนั้นการกำหนดจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนสำหรับการศึกษาและวิจัยในครั้งนี่ยังไม่ได้กำหนดไว้อย่างแน่นอน

ในส่วนของการพัฒนาตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (โดยเฉพาะจากการศึกษาของต่างประเทศ) และการกำหนดเกณฑ์และตัวชี้วัดหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC) พบว่ามีองค์ประกอบ (หลักเกณฑ์) และตัวชี้วัดที่ค่อนข้างมาก 4 หมวด (41 องค์ประกอบ) และ 105 ตัวชี้วัด แต่อย่างไรก็ตามหลาย ๆ ตัวชี้วัดยังไม่เหมาะที่จะใช้งานกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย อีกทั้งบางองค์ประกอบและตัวชี้วัดนำเสนอในลักษณะของกิจกรรมที่ค่อนข้างปลีกย่อย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้มีการนำเสนอองค์ประกอบและตัวชี้วัดในรูปแบบการจัดกลุ่มข้อมูลตัวชี้วัดใหม่เหลือเพียง 8 องค์ประกอบ 36 ตัวชี้วัด (ทำให้จำนวนข้อคำถามในการสำรวจเชิงปริมาณและพัฒนาเครื่องมือประเมินไม่มากนัก) อย่างไรก็ตามอาจจะมียังมีองค์ประกอบ (หลักเกณฑ์) หรือปัจจัย อื่น ๆ ที่อาจมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ เช่น ปัจจัยทางด้านผู้นำ ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านการศึกษาและการตลาด และปัจจัยทางด้านรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

การวิจัยนี้เป็นการเน้นการพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพ (การทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก) การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันองค์ประกอบ (CFA) ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่อยู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการนำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างตัวชี้วัดและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ตามตัวชี้วัดนี้สามารถยกระดับการบริหารจัดการได้แต่ไม่สามารถรับประกันได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะมีความยั่งยืนร้อยเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากประเมินความยั่งยืนนั้นอาจจะต้องใช้ระยะเวลา อีกทั้งยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีผลต่อความยั่งยืนทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้และปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องอาศัยข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างมากและเนื่องจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ส่วนใหญ่อยู่ในต่างจังหวัด ทำให้ผู้วิจัยต้องเดินทางด้วยรถยนต์เพื่อไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่ การเดินทางไกลไปหลายจังหวัดในทุก ๆ ภาคของประเทศไทย ทำให้ใช้เวลาค่อนข้างมากในการเก็บรวบรวมข้อมูล และในบางครั้ง GPS ที่บอกตำแหน่งที่ตั้งของสถานประกอบการเกินกว่า 80% บอกตำแหน่งที่ตั้งผิดและไม่มีข้อมูลหรือการติดต่อผู้ประกอบการในพื้นที่ ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถติดต่อเบื้องต้นเพื่อเก็บข้อมูลได้ และบางครั้งในการเดินทางลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้วิจัยต้องหลงทางอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ผู้วิจัยจึงได้ทำการสร้างแผนที่บอกตำแหน่งใหม่ที่ถูกต้องและได้เพิ่มรายละเอียดในการติดต่อให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้แผนที่ Google Map สามารถค้นหาแหล่งที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

## 7.5 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์และการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย การอภิปรายผลจากการวิจัย การนำเสนอปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดจากการวิจัย ดังนี้ได้นำเสนอมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือการต่อยอดจากผลการวิจัยในครั้งนี้ดังนี้

### 7.5.1 การนำผลการวิจัยและนวัตกรรมต้นแบบไปใช้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น อพท., กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา สามารถนำระบบนวัตกรรมต้นแบบนี้ได้มีการออกแบบและพัฒนาขึ้นมาไปใช้กับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (เช่น อพท., กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา) สามารถนำไปใช้ในการขึ้นทะเบียนและจัดการฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้

### 7.5.2 การนำผลการวิจัยและนวัตกรรมต้นแบบไปใช้สำหรับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

- ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำระบบนวัตกรรมต้นแบบไปใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของตนได้

- ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำระบบนวัตกรรมต้นแบบไปใช้ในการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนได้

- ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมสามารถนำนวัตกรรมต้นแบบไปเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวสร้างสรรค์และนำเสนอ Content ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น การ Reviews กิจกรรมสร้างสรรค์ หรือการ reviews ร้านอาหารหรือที่พัก เป็นต้น (โดยลักษณะของธุรกิจอาจจะคล้ายคลึงกับ Wongnai Application แต่นวัตกรรมจากงานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์)

### 7.5.3 การนำผลการวิจัยไปต่อยอดสำหรับงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

- พัฒนาระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทั้งประเทศไทย พร้อมนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น รูปแบบกิจกรรม การจองกิจกรรม สถานที่พัก และระดับความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว เป็นต้น

- การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

- การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในมุมมองหรือแนวความคิดของนักท่องเที่ยว

- การวิจัยเพื่อจัดอันดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (เช่น แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 5 ดาว 4 ดาว เหมือนกับลักษณะของ OTOP เป็นต้น)

- การผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวอื่นที่มีแนวโน้มมีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น



## บรรณานุกรม

- Aki, K., & Richards, P. G. (2002). *Quantitative seismology*.
- Andersson, L., & Thompsen, S. B. (2008). Performative experiments and cultural re-planning-Recapturing the spectacle of the city. . *Nordic Journal of Architectural Research*, 20(1), 39-51.
- Beech, J., & Chadwick, S. (2005). *The Business of Tourism Management* Canada: Pearson Education.
- Bentler, M. P. (1990). Comparative Fit Indexes in Structural Models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community development journal*, 40(1), 39-49.
- Campbell, P. (2011). Yousay "Creative" andlsay "Creative". *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 3, 18-30.
- Choi, C. H.-S., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- Cloke, P., & Perkins, H. C. (2002). Commodification and adventure in New Zealand tourism. *Current issues in tourism*, 5(6), 521-549.
- Council, G. S. T. (2013). Global sustainable tourism criteria. Retrieved March, 30, 2015.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E. (2003). Advanced mixed methods research designs. *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, 209, 240.
- Doosti, F., Hassan Zaal, M., & Lasbuie, R. M. (2017). Factors Involved in Assessing Capacity of Creative Tourism: Case Study - Tabriz City in Iran. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(6), 2-11. doi:10.4172/2167-0269.1000332
- Florida, R. (2002). *The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*.. New York: Basic Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey.: Prentice Hall.

- Khuntia, N., & Mishra, M. J. (2014). Economic and Environmental Aspects of Sustainable Tourism Development - A Conceptual Study. *Atna, Journal Tourism Studies*, 9(9), 15-28. doi:10.12727/ajts.11.2
- Korez-Vide, R. (2013). Promoting Sustainability of Tourism by Creative Tourism Development : How Far is Slovenia? *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6(1), 77-102.
- Lindroth, K., Ritalahti, J., & Soisalon-Soininen, T. J. T. r. (2007). Creative tourism in destination development. *62(3/4)*, 53-58.
- Manning, E., & Dougherty, D. (1995). Sustainable tourism: Preserving the goose. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 29-42.
- Ohridska-Olson, R., & Ivanov, S. (2010). *Creative Tourism Business Model And Its Application In Bulgaria*. Paper presented at the Proceedings of the Black Sea Tourism Forum 'Cultural Tourism – The Future of Bulgaria,' 2010, Bulgaria.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*: SAGE Publications, inc.
- Raymond, C. (2007). Creative tourism New Zealand. In G. Richards, & Wilson, J. (Ed.), *Tourism, Creativity and Development* London: Routledge.
- Richards, G. (2009). Creative Tourism and Local Development. In R. Wurzbürger, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), *Creative Tourism: A global conversation*. (pp. 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, G. (2011a). Creativity and Tourism The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. doi:10.1016/j.annals.2011.07.008
- Richards, G. (2011b). Creativity and Tourism: The state of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Introduction. *Transfusion*, 4(2), 1-11.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS news*, 23, 12-60.
- Richards, G., & Wilson, J. (2008). *From cultural tourism to creative tourism*: ATLAS.
- Rodzi, N. I. M., Zaki, S. A., & Subli, S. M. H. S. (2013). Between tourism and intangible cultural heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 85, 411-420.
- Sile, A. W. (2016, WED, JAN 27 2016). Thailand is Asia Pacific's most popular tourist

destination: Mastercard.

Suddan Wisudthiluck, Pichet Saiphan, Ornuma Teparakul, & Teera Sindecharak. (2016). Creative Tourism Achievement in Thailand: Evaluated by Experts and Tourists. *Thammasat Review*, 19(1), 75-87.

sustainabletourism.net. (2004). Sustainable Tourism. Retrieved from <https://sustainabletourism.net/sustainable-tourism/definitions/>

Tan, S. K., Kung, F. S., & Luh, B. D. (2013). A model of "Creative Experience" in Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.

Taylor, C. W. (1988). Various approaches to and definitions of creativity. *The nature of creativity*, 99-121.

Tiwari, U., Diwan, T. D., & Sahu, N. (2016). Save Green, Go Green Through Paperless. *International Journal of Recent Trends in Engineering & Research (IJRTER)*, 3(1).

Tiyaphipat, I. (2017). *Basic of Creative Tourism*. Paper presented at the Proceedings of 49th IASTEM International Conference, San Francisco, USA.

Tiyapiphat, I. (2017, 20th - 21th March 2017). *Basics of Creative Tourism*. Paper presented at the 49th IASTEM International Conference, San Francisco, USA.

Tourism Authority of Thailand. (2018). Thailand Tourism Confident Index.

Tourists, E. a. (2556). ระเบียบการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย.

UNESCO (Producer). (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. [Discussion Report ]

UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers, . 11-12. Retrieved from <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

Wisudthiluck, S., Saiphan, P., Teparakul, O., & Sindecharak, T. (2016). Creative Tourism Achievement in Thailand: Evaluated

by Experts and Tourists. *Thammasat Review 2016*, 19(1), 75-87.

กรมการท่องเที่ยว. (2560). คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. Creative Tourism Destination Management. กรุงเทพฯ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาวสอาด, ม. (2561). ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมรักษา. 55.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559a). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย.



72.

- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559b). เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย. ไซยนต์ สกฤตศรีประเสริฐ. (2556). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. วารสารจิตวิทยาคลินิก, 44(1), 1-16.
- ธีระเดชพงศ์, ท. (2553). กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา. กลยุทธ์การวางแผนผลิตภัณฑ์ “นวัตกรรมแห่งคุณค่า”. [“Value Innovation” Strategic Product Planning]. ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๑๖๑-๑๗๔.
- พรหมณี สวานเพลง. (2552). เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีอีดียูเคชั่น.
- พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, & วิทิตานนท์, ณ. (2561). มองรู้ ดูออก บอกต่อ หนังสือชุดความรู้และกระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเทคนิคการปฏิบัติงานของ อพท. ตามแนวทางของหลักเกณฑ์ GSTC: ภูมิปัญญาไทยพัฒนา. ไพศาล กาญจนวงศ์, สวิขญา ศุภอุดมฤกษ์, ศรีกุล นันทะชมภู, & กาญจนวงศ์, อ. (2557). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโฮมสเตย์. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร., 37(4), 503-515.
- ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง. (2561). การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 8(1), 79-103.
- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ. (2553a). ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์. Retrieved from กรุงเทพฯ:
- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ. (2553b). ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์. .
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิด สู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 33(2), 331-336.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ตร. (2018). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *WMS Journal of Management Walailak University*, 7(2), 47-63.
- รุ่งพิพัฒน์พงศ์, ส. (2558). องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- วาริสอาด, ส., เจริญภัณฑารักษ์, ว., & แยมแสงสังข์, แ. (2018). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อลด

ปริมาณกระดาษของคณะวารสารศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. Paper presented at the รายงานการประชุม Graduate School Conference.

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2558). ท่องเที่ยวโดยชุมชน. 68.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558a). องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางการปฏิบัติ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558b). องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ.

Retrieved from กรุงเทพมหานคร:

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2019). หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับแหล่งท่องเที่ยว. Global Sustainable Tourism Criteria for Destination. กรุงเทพฯ.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). *Creative Tourism : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2560*. In ง. สำนักบริหารยุทธศาสตร์ (Ed.).

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2562). แผนขับเคลื่อนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565). In (pp. 86).

อรอุมา เดพละกุล, ชีระ สิ้นเดชารักษ์, สลิดา ฟุ้งกระโทก, & นาฬิกาอดิภักดิ์ แสงสนิท. (2561). ตัวชี้วัดความสำเร็จในโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีตัวอย่างในประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 1-26. Retrieved from <http://ctthailand.net>

อริยา อรุณินท์. (2548). เทศกาล งานเมือง ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อความเป็นเมืองน่าอยู่. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, 49, 23-50.

เอกรินทร์ วิจิตรพันธ์, พรประสิทธิ์ บุญทอง, & สุขชนะ, ว. (2557). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2.

## ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ข ข้อมูลการถอดเทปสัมภาษณ์

ภาคผนวก ค รายละเอียดกลุ่มประชากร แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จำแนกตาม

ภูมิภาค

ภาคผนวก ง แบบสอบถาม

ภาคผนวก จ คู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ภาคผนวก ฉ แบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม Mobile Application

ภาคผนวก ช แบบสอบถามการยืนยันตัวชี้วัดและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และแบบสำรวจความคิดเห็นด้านราคาของนวัตกรรม Mobile Application



ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(แบบฟอร์มการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC))



แบบสอบถาม

นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง  
ยั่งยืน

Innovative of Sustainable Creative Tourism Indicators

ข้าพเจ้า นางสาวจิตรลดา ศุภชัยมงคล นิสิตปริญญาเอกหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (Technopreneurship and Innovation  
Management Program) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เลขประจำตัวนิสิตเลขที่  
5787761320 ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ “นวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการ  
ประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต รัตน  
ธรรมสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์ และรอง  
ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา (เสนาณรงค์) อุทิศวรรณกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมในวิทยานิพนธ์

ในการนี้ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความ  
เที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับ  
จุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทาง  
ในการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไป

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวจิตรลดา ศุภชัยมงคล

นิสิตปริญญาเอก

หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โทรศัพท์ 081-446-4441

Email: thisying@gmail.com

## คำอธิบายศัพท์ในแบบสอบถาม

**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ มีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในพื้นที่

**ความยั่งยืน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สร้างประโยชน์ และคุณค่าต่อสังคมของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย

**ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์** หมายถึง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งการจำหน่ายสินค้า บริการ หรือการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนนั้น

**การสะท้อนความเป็นจริงทางวัฒนธรรม** หมายถึง กิจกรรมที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมายและความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์

**ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม

กรุณาทำ  ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

#### 1.1 เพศ

ชาย

หญิง

#### 1.2 อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

26 - 35 ปี

- 36 - 45 ปี                       46 - 55 ปี  
 56 - 65 ปี                       เกินกว่า 65 ปี

### 1.3 ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา                       มัธยมศึกษาตอนต้น  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.                       อนุปริญญา/ปวส.  
 ปริญญาตรี                       สูงกว่าปริญญาตรี

### 1.4 ข้อคำถามอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม

.....  
 .....  
 .....

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์

### 2.1 ประเภทธุรกิจ

- ธุรกิจจำหน่ายสินค้า

(ระบุ).....

- ธุรกิจบริการ

(ระบุ).....

- อื่น ๆ

(ระบุ).....

### 2.2 รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์

แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และศึกษา/แลกเปลี่ยน

วัฒนธรรม/กิจกรรมหรือไม่

- ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และศึกษา/แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

(ระบุกิจกรรม).....

- ไม่ได้ให้เรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม / กิจกรรม

(เนื่องจาก).....

### 2.3 รูปแบบธุรกิจ

- เจ้าของคนเดียว
  กลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
 OTOP (ระบุระดับดาว.....)
  บริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด  
 ผู้ประกอบภายใต้หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
 ผู้ประกอบภายใต้หน่วยงานภาครัฐ (ระบุ).....  
 อื่น ๆ (ระบุ).....

### 2.4 แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ

- กรุงเทพมหานคร
  ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)  
 ภาคเหนือ
  ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ภาคตะวันออก
  ภาคใต้  
 อื่น ๆ (ระบุ).....

### 2.5 ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล

- เจ้าของ/ผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ  
 ผู้บริหารกิจกรรม/ร้านค้า  
 ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน/ชมรม/กลุ่มผู้ประกอบการ  
 พนักงาน/ลูกจ้าง  
 สมาชิกวิสาหกิจชุมชน/กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว  
 ผู้นำเที่ยว (ไกด์)  
 อื่น ๆ (ระบุ).....

### 2.6 ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

- ต่ำกว่า 1 ปี
  1-5 ปี  
 6-10 ปี
  11-15 ปี  
 16-20 ปี
  มากกว่า 20 ปี

### 2.7 ข้อคำถามอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์

.....

.....

.....

.....



### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน

**คำชี้แจง** กรุณาระบุคำตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วยต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละองค์ประกอบ

1) **องค์ประกอบด้านพื้นที่** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของพื้นที่ ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ การสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และการนำมาสร้างคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ (Richards & Wilson, 2008)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ				
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น				
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน				
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง				
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่</b>				

2) **องค์ประกอบด้านกระบวนการ** หมายถึง กระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความประทับใจ ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ				
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)				
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่				
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์				
5. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกระบวนการ</b>				

3) **องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์** หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว หรือชุมชนท่องเที่ยวในความกระตือรือร้นในการแนะนำ การถ่ายทอดความหมายของกิจกรรมและความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น				
2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม				
3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน				
4. ผู้ประกอบท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทางวัฒนธรรม				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์</b>				

4) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในการจัดเตรียมพื้นที่/อุปกรณ์				
2. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านระยะเวลาของการจัดกิจกรรม				
3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีความเหมาะสมในด้านราคา และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายในสินค้า/กิจกรรม				
4. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการคิดค้นหรือ				

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
พัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา				
5. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่ายหรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบต่อสังคม				
6. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ</b>				

5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างประชาชนในพื้นที่ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัว				
2. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการ				

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม				
3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและการอนุรักษ์ไว้				
4. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมองค์ประกอบการจัดการความรู้</b>				

6) **องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ** หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้านกิจการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน				
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่				
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ				
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีศักยภาพทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว				

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติม				

7) **องค์ประกอบด้านสังคม** หมายถึง การรักษาสมดุลทางสังคม การมีส่วนร่วมของภาคสังคม การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลดีต่อสังคม ทำให้สังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดให้มีส่วนร่วมของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่				
2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้สังคม/ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น				
3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม				
4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมองค์ประกอบด้านสังคม</b>				

8) **องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม** หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้นส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด

ปัจจัย	-1	0	1+	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ				
2. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด				
3. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ				
4. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น				
<b>ปัจจัยเสนอแนะเพิ่มเติมองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม</b>				

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ข้อมูลการถอดเทปสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาโดยโปรแกรม ATLAS

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



## All current quotations (168). Quotation-Filter: All

File: [D:\SustainableCreativeToursimIndicators.hpr5]

Edited by: Chitralada

Date/Time: 13/02/19 12:07:58

รหัส Code และความหมาย: [Area] = ด้านพื้นที่  
 [Process]=ด้านกระบวนการ  
 [creative] = ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
 [Management] = ด้านการบริหารจัดการ  
 [KM] = ด้านการจัดการความรู้  
 [Econ] =ด้านเศรษฐกิจ  
 [Social] = ด้านสังคม  
 [Environment]= ด้านสิ่งแวดล้อม

ลำดับ ที่	ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล	หน่วยงาน	ชื่อไฟล์
1.	อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา	P1:01อดีต รัฐมนตรีว่าการกระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา.rtf
2.	อดีตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว	กรมการท่องเที่ยว กระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา	P2:02อดีตรองอธิบดี กรมการท่องเที่ยว.rtf
3.	ผู้อำนวยการองค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (องค์การมหาชน)	P11: 11ผอ.อพท.rtf
4.	ผู้บริหารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียงบ้านสารภี	ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บ้านสารภี อ.บางคนที่ จ. สมุทรสงคราม	P3: 03ลุงสุชลบ้าน สารภี.rtf
5.	ผู้บริหารกิจกรรมเตาตาล ตลาดน้ำ อัมพวา	เตาตาล อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์	P7: 07ป้าน้อยเตา ตาล.rtf
6.	ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ศรีบุญชู เบญจรงค์ (ช่างยอด)	วิสาหกิจชุมชนศรีบุญชู เบญจ รงค์ อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม	P10: 10ช่างยอด.rtf

ลำดับ ที่	ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล	หน่วยงาน	ชื่อไฟล์
7.	ผู้บริหารโรงหล่อวิเชียร	โรงหล่อวิเชียร อ.อุ้มทอง จ. สุพรรณบุรี	P8: 08 เจ้าของโรงหล่อ ลุงวิเชียร.rtf
8.	ผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดใต้หนอง	ตลาดใต้หนอง จ.พัทลุง	P4:04ตลาดใต้หนอง.rtf
9.	ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมนาโปแก	แหล่งท่องเที่ยวนาโปแก จ.พัทลุง	P5:05นาโปแก.rtf
10.	ประธานกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว ประมงพื้นบ้าน และธนาคารปู	กลุ่มประมงพื้นบ้านเพื่อการ ท่องเที่ยวสิงหนคร อ.สิงหนคร จ. สงขลา	P6:06ธนาคารปู อนันต์.rtf
11.	ประธานกลุ่มจักรสานกระจูดบายใจ	กลุ่มกระจูดบายใจ อ.ควนขนุน จ. พัทลุง	P9: 09กระจูดบายใจ.rtf
12.	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (คุณโอเล่)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (องค์การมหาชน)	P12: 12โอเล่.rtf
13.	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (คุณแอ๊ด)	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การ มหาชน)	P13: 13แอ๊ด.rtf

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:2 [เมืองรองและก็มีประวัติศาสตร์  
และ..] (18:18) (Super)

Codes: [Area]

No memos

แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองและก็มีประวัติศาสตร์และธรรมชาติมากมาย

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:3 [ต้องเป็นบ้านที่คงรูปแบบเดิม ๆ  
..] (20:20) (Super)

Codes: [Area]

No memos

ต้องเป็นบ้านที่คงรูปแบบเดิม ๆ อย่าต่อเติมสร้างใหม่ สวยได้อย่างเดียวทำอย่างอื่นเพิ่มเติมไม่ได้

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:5 [หัวหน้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นมาค..]  
(27:27) (Super)

Codes: [Area]

No memos

หัวหน้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นมาคุยกันว่าเราก็มีจุดขายนะแต่จะอย่างไรให้คงอัตลักษณ์ไว้

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:1 [เนรมิตรวมความทันสมัยในที่เดียว..]  
(3:3) (Super)

Codes: [Area] [Process]

No memos

เนรมิตรวมความทันสมัยในที่เดียวกันนั้น ทำให้มีลูกค้าหลายระดับสนใจ เป็นที่ดึงดูดของลูกค้า

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:2 [สร้างอะไรที่มันดูทันสมัยให้เกิด..]  
(7:7) (Super)

Codes: [Area]

No memos

สร้างอะไรที่มันดูทันสมัยให้เกิดขึ้นมาให้มันมีอัตลักษณ์ ให้มีคนสนใจไป เพราะฉะนั้นเรื่องของการท่องเที่ยวมันมันกว้างมาก มันมีการผสมผสานกันไปหลายรูปแบบ

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:4 [เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีอะไร..] (15:15)  
(Super)

Codes: [Area] [Econ] [Social]

No memos

เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีอะไรดี ๆ มาให้กับชุมชนบ้าง มีรายได้แทนที่จะอยู่บ้านกันเฉย ๆ เราก็จะปลูกฝังว่านักท่องเที่ยวมาเพราะวิถีชีวิตแบบนี้ คนพื้นที่ก็จะอนุรักษ์อะไรที่มันดั้งเดิมไว้

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:14 [เหมือนอย่างนางเงือกเรานี้แหละ ก็..] (80:80)  
(Super)

Codes: [Area] [Management] [Process]

No memos

เหมือนอย่างนางเงือกเรานั้นะ ก็ให้มีสตอรี่ที่มาที่ไปหรือมี QR Code พออิงปูบ เรื่องราวที่มาที่ไปก็ออกมาอะไรอย่างงี้

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:7 [ศูนย์การเรียนรู้ที่นี่จะมีการแล..] (45:45) (Super)

Codes: [Area] [KM] [Management] [Process]

No memos

ศูนย์การเรียนรู้ที่นี่จะมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในกลุ่มคนที่ใครมีวัฒนธรรมอะไรประจำท้องถิ่นก็มาแลกเปลี่ยนกัน อย่างเช่นบางคนก็มีตักบาตรขนมครก อย่างของลุงนี่ก็เป็นวัดพระบางน้อยพระนอน แสนเหรียญ ส่วนวันเสาร์ท วันสงกรานต์ เราก็มีกิจกรรม

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:9 [เยอะเลย อย่างมาแล้วก็มาอีกก็มี..] (37:37) (Super)

Codes: [Area]

No memos

เยอะเลย อย่างมาแล้วก็มาอีกก็มีความผูกพันนั้นะ บางที่มาไม่ก็ชั่วโมงก็ได้บริบทไม่ครบเพราะเรามีหลายฐานแต่ต้องกลับแล้ว แต่มาใหม่ บางคนก็มานอนค้างเพราะเราก็มีโฮมสเตย์ด้วย ตอนนี้นักคนไทยที่อยู่ต่างประเทศหลายคนก็มีโทรมาสอบถาม อยากมาเรียนรู้ อย่างเมื่อคืนก็มีโทรมาจากอเมริกา อายุ 86ปีแล้ว โทรมาตอน4ทุ่มบ้านเรา ส่วนบ้านเขาราว ๆ เทียงนี้แหละ

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:1 [บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน..] (5:5) (Super)

Codes: [Area]

No memos

บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน ซึ่งพอก็จะมีการสอนดนตรี คุณตาที่เป็นมโนราห์ ทีนี้เราก็มานึกต่อว่าเรายังให้อะไรชุมชนไม่พอ ทั้งที่คนข้างนอกมาเยี่ยมชมมาเที่ยวมาดู แต่คนในหมู่บ้านละแวกนี้ไม่ได้สนใจเท่าที่ควร เราจึงหากิจกรรมให้เด็ก ๆ ทำแล้วหาคนมาสอนเด็ก ๆ แล้วก็พยายามรวมกลุ่มคนที่ขายของตามข้างทางมาขายด้วยกันจึงได้เกิดตลาดขึ้นมา แล้วช่วงนั้นคนให้ความสำคัญกับพวกอาหารชีวจิต ทีนี้พวกพืชผักบ้านเรานั้นไม่มีสารอยู่แล้ว ก็หาขนมพื้นบ้านหายากมาขายในตลาดด้วย แล้วเราก็ใช้สื่อโซเชียลเข้ามา แรกๆก็แลกเปลี่ยนกันเอง ด้วยใช้ชื่อว่ากรีนมาร์เก็ต เพราะเราไม่ใช่ฟาร์มไม่ใช่พลาสติก พอผ่านไปสัก3เดือน จากเพียงแค่10-15ร้าน ตอนนี้เป็น150ร้านภายใน6เดือน

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:3 [ตัวสินค้า คือสินค้าของเรามี้อต..] (30:30) (Super)

Codes: [Area]

No memos

ตัวสินค้า คือสินค้าของเรามี้อตลักษณะของตลาดที่ไม่เหมือนตลาดอื่น

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:7 [เราก็จะมีลานกิจกรรมให้ได้มีส่วน..] (34:34) (Super)

Codes: [Area] [Environment] [KM] [Management]

No memos

เราก็จะมีลานกิจกรรมให้ได้มีส่วนร่วมด้วยตลอด แต่ก็จะมีผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป มีดำข้าว มีสีข้าว กิจกรรมที่เป็นเชิงวัฒนธรรม

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:1 [ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว..] (4:4) (Super)

Codes: [Area] [Environment]

No memos

ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว รวมถึงคนที่นี่ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:6 [พี่ก็จะพาพวกเขาได้ไปเที่ยวเห็..] (34:34) (Super)

Codes: [Area] [creative] [Management] [Process]

No memos

พี่ก็จะพาพวกเขาได้ไปเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ให้เขาได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนและวัฒนธรรม ไปวัด ไปดูตามผนังโบสถ์

P 6: 06 ธนาคารปลูงอนันต์.rtf - 6:2 [อยากให้สังหนครเป็นต้นแบบในเรี..] (9:9) (Super)

Codes: [Area] [creative] [Process]

No memos

อยากให้สังหนครเป็นต้นแบบในเรื่องการท่องเที่ยว อย่างพหามประวัติศาสตร์ เครื่องเก่าโบราณ วิถีชีวิตคนในชุมชน ปั่นจักรยาน ปลุกป่า

P 6: 06 ธนาคารปลูงอนันต์.rtf - 6:5 [เขาก็อยากไปด้วยครับ อยากมีส่วน..] (41:41) (Super)

Codes: [Area] [creative] [Management] [Process]

No memos

เขาก็อยากไปด้วยครับ อยากมีส่วนร่วมไปปล่อยเต่ากับเรา บางทีพาไปปล่อยเกาะหนูเกาะแมว หรือเกาะอื่น ๆ แล้วเวลานั่งเรือไปกับเราคิดค่าหัวๆละ500บาทพร้อมอาหารและพักกับเรา แต่ต้องนัดล่วงหน้าด้วยนะ

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:3 [ด้านการสืบสานสืบทอดวัฒนธรรมนะล..] (11:11) (Super)

Codes: [Area]

No memos

ด้านการสืบสานสืบทอดวัฒนธรรมนะลูก

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:5 [เอกลักษณ์น้ำตาลของเราเป็นน้ำตาล..] (19:19) (Super)

Codes: [Area] [creative]

No memos

เอกลักษณ์น้ำตาลของเราเป็นน้ำตาลแท้ค่ะ รสชาติอร่อย หวานหอมมันเค็ม

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:1 [ที่อยู่ทองก็มีเยอะนะ แต่ส่วนใหญ่..] (19:19) (Super)

Codes: [Area]

No memos

ที่อยู่ทองก็มีเยอะนะ แต่ส่วนใหญ่หล่อเป็นอย่างเดียว เอาปูนขึ้นไปแล้วก็ขึ้นเตาแล้วจ้างที่อื่นปั้น แต่ที่นี่ที่โดดเด่นกว่าก็คือเราปั้นขึ้นมาเอง ผมสามารถทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบ และที่นี่มีช่างปั้นเยอะสุด

P 9: 09 กระจุตบายใจ.rtf - 9:7 [คงเอกลักษณ์ความเป็นของเราเอาไว้..] (81:81) (Super)

Codes: [Area]

No memos

คงเอกลักษณ์ความเป็นของเราเอาไว้

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:5 [คือเราจะเน้นลายโบราณที่หายสาบส..] (30:30) (Super)

Codes: [Area] [creative]

No memos

คือเราจะเน้นลายโบราณที่หายสาบสูญและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและไม่มีสารตกค้าง สินค้าเรามีการันตีมีแบรนด์ทุกชิ้นงาน

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:1 [วิสาหกิจฯก็21ปี รูปทรงตามทีลู่..] (15:15) (Super)

Codes: [Area]

No memos

วิสาหกิจฯ ก็ 21 ปี รูปทรงตามทีลู่ค่าต้องการเรารับทำได้หมดแต่ขอเน้นเป็นลายโบราณ เราจะอนุรักษ์ลายโบราณหรือลายโบราณที่สาบสูญ อยากให้คนได้รู้จักกัน

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:7 [พีให้ความสำคัญด้านนี้มาก ลายโ..] (42:42) (Super)

Codes: [Area] [creative] [Management]

No memos

พีให้ความสำคัญด้านนี้มาก ลายโบราณที่มีประวัติดี ๆ เมื่อเราเล่าให้ที่มาให้คนอื่นได้รู้ หรือลายเบญจรงค์เกี่ยวกับบักษัตริย์ไทยมาแต่โบราณเลย บางชิ้นงานนี้เป็นผีพระหัตถ์ของพระมหากษัตริย์ไทย แล้วที่นี้อมพวาเป็นที่ประสูติรัชกาลที่ 2 เราก็เลยจะยึดลายสมัยท่านเป็นหลัก เพราะคนก็ไม่ค่อยได้เห็น

P12: 12 โอล่.rtf - 12:7 [อุทยานประวัติศาสตร์เมืองเก่า น..] (40:40) (Super)

Codes: [Area] [Process]

No memos

อุทยานประวัติศาสตร์เมืองเก่า นอกจากเขาจะไปเที่ยวชมโบราณสถานแล้ว เขายังไปทำกิจกรรมด้วย อย่างแฟนบ้าง ปั่นเครื่องดินเผา นั่งรถม้า หรืออะไรอื่น ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:5 [เขาจะใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมแล..] (30:30) (Super)

Codes: [Environment] [Process]

No memos

เขาจะใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและคนที่ไปเที่ยวก็ไปดูไปสัมผัสการใช้ชีวิตในรูปแบบชาวท้องถิ่น

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:6 [อย่างเช่นหลี่เป๊ะ คนพื้นที่ส่วน..] (15:15) (Super)

Codes: [Process] [Creative]

No memos

อย่างเช่นหลี่เป๊ะ คนพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นชนเผ่าอูร์กลาไว เป็นชาวเลและหน้าตาจะไปคล้ายๆชาวอินโดฯ ผิวเข้มๆดุนากแล้ว แต่จริง ๆ เผ่านี้เขาจะเป็นแบบหาเข้ากินค่า วิธีชีวิตก็จะง่าย ๆ แอบไม่ได้ใช้เงิน กินกันแต่ปลา มีภาษาเป็นของตนเอง ดังนั้นสิ่งที่สำคัญคือต้องให้คนในพื้นที่มีความเข้าใจก่อนซึ่งมันสำคัญมาก

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:1 [มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้รู้..] (13:13) (Super)

Codes: [creative] [Management] [Process]

No memos

มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมการเรียนรู้ปลูกพืชหรือการเลี้ยงสัตว์นี้แหละ ยกตัวอย่างเช่น ออسترเลียก็บินตรงเพื่อมาที่นี่เลย เขาว่าไม่เคยเห็นที่ไหนเลี้ยงไก่แบบนี้

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:10 [ประทับใจนะ ดูจากหนังสือเซ็นเย็..] (58:58) (Super)

Codes: [Management] [Process]

No memos

ประทับใจนะ ดูจากหนังสือเซ็นเย็ยมที่เขาได้ลงไว้ จะเป็นสมุดที่เราให้นักท่องเที่ยวได้เขียนความรู้สึกไว้ก่อนกลับ เราจะได้รู้ด้วยเขาพึงพอใจแค่ไหน

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:8 [มีซิมซันนะคะ พวกเขาจะให้ความสน..] (50:50) (Super)

Codes: [Environment] [Management] [Process]

No memos

มีซิมซันนะคะ พวกเขาจะให้ความสนใจ อย่างเวลาเราจัดนิทรรศการ เราก็จะแสดงให้เห็นดูทุกขั้นตอนเลย ค่ะ อย่างเช่นการเรียงข้าว เราจะเรียงตั้งแต่เป็นรวงข้าว การสี หรือจนกว่าจะได้เมล็ดข้าว แล้วก็มาเป็นข้าวสาร

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:9 [ดูได้อีกอย่างหนึ่งเวลาเรามีการ..] (61:61) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ดูได้อีกอย่างหนึ่งเวลาเรามีการแสดงดนตรี จะมีชาวต่างชาติมากันเยอะอยู่ค่ะ

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:10 [มีค่ะ เราจะคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม..] (66:66) (Super)

Codes: [KM] [Process]



No memos

มีค่ะ เราจะคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน แสดงความคิดเห็นว่าจะทำอย่างไรกันในมุมมองของเขาและของเรา

P 6: 06 ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:3 [เสียงตอบรับจากนักท่องเที่ยวยู..] (15:15) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เสียงตอบรับจากนักท่องเที่ยวยูในเกณฑ์ดีครับ

P 6: 06 ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:4 [ส่วนใหญ่ก็ปล่อยป้ บางทีก็ไปลงท..] (36:36) (Super)

Codes: [Environment] [Process]

No memos

ส่วนใหญ่ก็ปล่อยป้ บางทีก็ไปลงทะเล

P 6: 06ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:12 [ปั่นจักรยาน แล้วก็เรือ] (89:89) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ปั่นจักรยาน แล้วก็เรือ

P 6: 06 ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:13 [เยอะอยู่ เราก็มียโฮมสเตย์ หรือน..] (93:93) (Super)

Codes: [Management] [Process]

No memos

เยอะอยู่ เราก็มียโฮมสเตย์ หรือนอนร่วมกับชาวบ้านก็ได้ แล้วเราก็มียเครือข่ายซึ่งราคาถูกและบริการดี

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:2 [เขาพอทราบนะคะ ว่าเราอยากให้อู้..] (7:7) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เขาพอทราบนะคะ ว่าเราอยากให้อู้ที่มาและกรรมวิธีการเคี้ยวน้ำตาล ซึ่งถือว่าได้ให้ความรู้ด้วย

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:14 [เยอะแยะคะ บางทีพวกคณะเขาก็มาร..] (82:82) (Super)

Codes: [Management] [Process]

No memos

เยอะแยะคะ บางทีพวกคณะเขาก็มาร่วมกิจกรรมปลูกต้นไม้บ้าง มาช่วยเก็บขยะให้บ้าง

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลุงวิเชียร.rtf - 8:10 [ผู้ให้สัมภาษณ์ 1: เราก็คะอธิบาย..] (125:125) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ผู้ให้สัมภาษณ์ 1: เราก็คะอธิบายก่อนว่าเราทำอะไรทำไปทำไม ก็บอกเป็นภาษาไทยแล้วโค้ดก็จะไปแปลให้นักท่องเที่ยวอีกที ส่วนมากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาก็มากับหน่วยงาน

P 9: 09 กระจุดบายใจ.rtf - 9:1 [เขาได้ลองทำและออกแบบเองกับกิจกรรม..] (21:21) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เขาได้ลองทำและออกแบบเองกับกิจกรรมในชุมชน

P 9: 09 กระจุดบายใจ.rtf - 9:2 [ผู้วิจัย นักท่องเที่ยวได้รู้แล..] (31:33) (Super)

Codes: [Management] [Process]

No memos

ผู้วิจัย: นักท่องเที่ยวได้รู้และได้ร่วมกิจกรรมทุกขั้นตอนอย่างแท้จริงไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ : แท้จริงเลย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

P 9: 09 กระจุดบายใจ.rtf - 9:3 [ก็มีจดจำอยู่นะเพราะได้ลองทำเอ..] (37:37) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ก็มีจดจำอยู่นะเพราะได้ลองทำเอง ส่วนเราก็คุยมั่วๆไปกับเขา ต่างชาติก็มา อย่างมาเลเซียก็มี แล้ววันก่อนชาวเกาหลีก็มาซื้อสินค้ากับเราแล้วก็มานอนค้างเพราะเราก็มีโฮมสเตย์ด้วย

P 9: 09 กระจุดบายใจ.rtf - 9:4 [ก็มีอยากทำอาหารพื้นบ้าน ทำด้าน..] (44:44) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ก็มีอยากทำอาหารพื้นบ้าน ทำด้านศิลปะ รำมาโนราห์ แกะหนังตะลุง

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:3 [เมื่อนักท่องเที่ยววนนอกจากมาเยี่..] (23:23) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เมื่อนักท่องเที่ยววนนอกจากมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตของเขาแล้วก็สามารถร่วมทำกิจกรรมกับเขาได้ เช่นเมื่อตอนเราไปทำที่เมืองเก่าสุโขทัย เราก้ไปทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเรื่องของการวาดลายสังคโลก

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:4 [เรื่องราวในอดีตของสุโขทัยทำไมต..] (23:23) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เรื่องราวในอดีตของสุโขทัยทำไมต้องวาดเป็นรูปปลาตะเพียน เพราะมันบ่งบอกความอุดมสมบูรณ์อยู่ที่มีสุขของคนสมัยนั้น จึงนำตรานี้เป็นแบบในการทำท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำภาพนี้มาวาดเซรามิกเพื่อนำไปเผาแล้วนำไปเป็นของที่ระลึกของตัวเอง หรือเป็นเสื้อก็ได้ ถ้าว่านักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมในชุมชนได้จริง

P13: 13 พี่แอด.rtf - 13:1 [คือทำให้ชุมชนมีกิจกรรมที่ดี ๆ ..] (3:3) (Super)

Codes: [Process]

No memos

คือทำให้ชุมชนมีกิจกรรมที่ดี ๆ เราทำพื้นที่ให้น่าเที่ยว เพิ่มประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว จึงได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

P13: 13 พี่แอด.rtf - 13:2 [เราแชร์ประสบการณ์ด้วยกันระหว่าง..] (3:3) (Super)

Codes: [Process]

No memos

เราแชร์ประสบการณ์ด้วยกันระหว่างคนที่มาเที่ยวกับคนในแหล่งท่องเที่ยว

P 1: 01 อติรัฐมนตรีนว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:1 [”คน” มันก็จะมีตัวที่ซี้ดเกี่..] (15:16) (Super)

Codes: [creative]

No memos

”คน” มันก็จะมีตัวที่ชีวิตเกี่ยวกับคนอื่นอีก ซึ่งในมุมมองของพี คำว่า”คน” ณ ที่นี้ คนที่สำคัญเลยคือ “คนท้องถิ่น”

โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ หมายถึงว่าคนที่จะสืบทอดต่อไป มันก็จะยากในการที่จะ creative และ success able

P12: 12 โอล่.rtf - 12:1 [การท่องเที่ยวสร้างสรรค์คือการท..] (11:11) (Super)

Codes: [Process] [Management]

No memos

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์คือการที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมกับคนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ขอยกตัวอย่างเช่น สุโขทัย เดิมจะมีการปั่นสังคโลกขาย ก็จะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวๆและถ่ายรูปแล้ว กลับ แต่หลังจากที่เราไปให้ความรู้ ทีนี้เขาจะมีการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมได้ออกแบบวาดรูป และพันธ์์และปั่นคือได้ร่วมทำทุกขั้นตอนโดยใช้เวลาราว ๆ 3 ชั่วโมงเมื่อปั่นเสร็จก็น่ากลับบ้านได้หรือ จะมีการส่งไปให้ที่บ้าน

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:8 [น้ำตวงสายทอง เราได้เข้าไปพัฒ..] (45:45) (Super)

Codes: [Creative] [Management]

No memos

น้ำตวงสายทอง เราได้เข้าไปพัฒนาทางคมนาคมจากเดิมที่ต้องพายเรือเข้าไปเท่านั้นก็สามารถเดินทางไปด้วยรถได้ ให้ความรู้กับชาวบ้านในการทำโฮมสเตย์ การประกอบธุรกิจจากการท่องเที่ยว เข้าใจในบริบทของการทำอะไรให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:7 [ถ้าอย่างไปหาปลา ก็จะมีเรือให้..] (37:37) (Super)

Codes: [Process]

No memos

ถ้าอย่างไปหาปลา ก็จะมีเรือให้นักท่องเที่ยวได้ลองไปตกปลาหาปลาแบบ 2 วัน 3 วันก็มี มันก็จะมีหลายรูปแบบ

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:20 [ใช่ อย่างบางคนมาเรียนรู้ที่นี้..] (121:121) (Super)

Codes: [creative] [KM] [Social]

No memos

ใช้ อย่างบางคนมาเรียนรู้ที่นี้แล้วนำกลับไปทำที่บ้านตัวเอง ก็ทำเป็นสินค้าบ้างและประยุกต์ความคิดของลงไปใช้ด้วย

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:26 [คือสิ่งที่ไม่มีใครเหมือน อย่าง..] (153:153) (Super)

Codes: [creative] [Management]

No memos

คือสิ่งที่ไม่มีใครเหมือน อย่างที่นี้ ก็โกซิงซ่าสวรรค์ ไก่ตะกร้า ที่อื่นไม่มีจะไม่มีแบบนี้

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:5 [การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แห..] (30:30) (Super)

Codes: [creative]

No memos

การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แหละคะเป็นผู้ช่วยบริหาร ดูแลกันเองโดยไม่มีคนนอกมายุ่งเกี่ยว

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:12 [ต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงตลอดเว..] (76:76) (Super)

Codes: [creative]

No memos

ต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:2 [ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว..] (4:4) (Super)

Codes: [creative] [Management]

No memos

ก็มาจากสิ่งแวดล้อมและนักท่องเที่ยว รวมถึงคนที่นี้ก็อยากจะอนุรักษ์ความเป็นอยู่แบบสมัยคนโบราณ แล้วจากประสบการณ์ตอนเรายังเล็ก ๆ ได้คลุกคลีกับชาวนาตลอด พ่อก็จะให้พี่ไปขายข้าวซื้อข้าว เราก็จะผูกพันโดยไม่รู้ตัว

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:3 [การสร้างสรรคือการทำยังไงก็ได้..] (10:10) (Super)

Codes: [creative]

No memos

การสร้างสรรคือ คือ การทำยังไงก็ได้ให้เป็นประโยชน์กับ1) พัทลุง 2) ภาคใต้ และ 3) คนรุ่นหลัง

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:7 [นักท่องเที่ยวสามารถที่จะจัดทริ..] (49:52) (Super)

Codes: [creative]

No memos

นักท่องเที่ยวสามารถที่จะจัดทริปหรือเลือกทริปเอง หรือเขาเลือกที่จะลงในสิ่งที่เขาอยากทำได้

P 6: 06 ธนาการปลูจอนันต์.rtf - 6:6 [เขาจะเลือกมาเองเลย บางกลุ่มอยาก..] (45:45) (Super)

Codes: [creative]

No memos

เขาจะเลือกมาเองเลย บางกลุ่มอยากไปเที่ยวเมืองเก่า ส่วนมากจะเป็นมาเลเซีย แต่บางกลุ่มก็อยากลงทำกิจกรรม

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:4 [การเคียวตาลมีมาตั้งแต่สมัยบรร..] (15:15) (Super)

Codes: [creative] [KM]

No memos

การเคียวตาลมีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษเป็นร้อย ๆ ปีแล้วแต่ก็บอกไม่ได้ว่ามาจากไหน จริง ๆ ป่าก็ไม่ใช่คนที่นี่นะคะ ป่ามาจากจังหวัดอื่นแต่ป่าก็ได้ชิมซั้บจากตรงนี้มาด้วยแล้วก็ทำได้เหมือนคนที่นี่

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลูงวิเชียร.rtf - 8:2 [เราไม่ได้วางพระชาย เรารับทำตาม..] (39:39) (Super)

Codes: [creative] [Management]

No memos

เราไม่ได้วางพระชาย เรารับทำตามออเดอร์เท่านั้น จากวัด จากลูกค้า แล้วเราก็หล่อตามรายการที่สั่ง

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลูงวิเชียร.rtf - 8:6 [ก็ต้องหาตัวประยุกต์ เพราะยังง..] (99:99) (Super)

Codes: [creative] [Management]

No memos

ก็ต้องหาตัวประยุกต์ เพราะยังงเขียนเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ยังงก็มีหมดได้แน่นอน อย่างเมื่อก่อนซั้บก็โลละ 25 บาท แต่ตอนนี้ก็โลละ 60 บาท ก็พยายามใช้อย่างให้คุ้มค่า

P 9: 09 กระจูดบายใจ.rtf - 9:9 [ผู้วิจัย : เป็นรูปแบบตายตัวเลย..] (97:100) (Super)

Codes: [creative]

No memos

ผู้วิจัย: เป็นรูปแบบตายตัวเลยไหม

ผู้ให้สัมภาษณ์: แล้วแต่ละกลุ่มจะมีความครีเอทอย่างไร ไม่ได้ตายตัว

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:10 [เป็นเจ้าของบ้านที่ดีครับ ทุกคนก็จ...] (58:58) (Super)

Codes: [creative]

No memos

เป็นเจ้าของบ้านที่ดีครับ ทุกคนก็จะมาหาเรา ไม่ซื้อไม่เป็นไรแต่มาฟังเราบรรยายก็จะได้รับความรู้กลับไป

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:11 [มรดกทางวัฒนธรรมก็สืบมาจากอดีต..] (62:62) (Super)

Codes: [creative]

No memos

มรดกทางวัฒนธรรมก็สืบมาจากอดีตรุ่นสู่รุ่น คนสืบทอดก็ต้องเป็นผู้รู้จริง อย่างเบญจรงค์มันต้องมี 5 สี แต่ไปดูยูทูบเกือบทุกทีจะเป็นคู่มือและให้ข้อมูลผิดๆเยอะมาก อย่างลายที่เขียนก็ต้องเป็นลายนู่น แต่คนที่บรรยายในยูทูบบอกว่ามีแต่ลายเรียบ

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:6 [เราก็นำไอเดียนี้นำมาร่วมกับชุมชน..] (29:29) (Super)

Codes: [Creative]

No memos

เราก็นำไอเดียนี้นำมาร่วมกับชุมชนที่เขาทำพระพิมพ์อยู่แล้วให้เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมทำและเรียนรู้ไปกับชุมชนได้

पालงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

P 1: 01 อธิบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:8 [ถ้าเราสร้างจิตใจพยายามให้เขา มอ..] (34:34) (Super)

Codes: [Environment] [Management]

No memos

ถ้าเราสร้างจิตใจพยายามให้เขามองว่าอะไรสำคัญกว่านั้น คือให้มีการสำนึกรักบ้านเกิด เราต้องสร้างความรู้สึกนี้ให้เกิดขึ้น ถ้ามันเกิดขึ้นได้นะเราก็ไม่ต้องมานั่งกังวล มิตรรักบ้านเกิดมันก็เหมือนจะเป็นเหมือนธนาคารที่มีสาขา มิติการท่องเที่ยวคิดแบบมิติเศรษฐกิจ

P 2: 02 อธิบดีรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:12 [เดิมเขามีอาชีพเป็นชาวสวน แต่ต่อ..] (61:61) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เดิมเขามีอาชีพเป็นชาวสวน แต่ตอนนี้เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด อย่าง  
โฮมสเตย์ เรือคายัค

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:13 [เมื่อก่อนถ้าภูผาเพชรจะเดินลำบาก..] (65:65)  
(Super)

Codes: [Management]

No memos

เมื่อก่อนถ้าภูผาเพชรจะเดินลำบากมาก แต่หลังๆได้งบประมาณทำขั้นบันไดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง  
ยิ่งใหญ่

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:15 [เศรษฐกิจดีขึ้น ความเจริญก็ดีขึ้น..] (100:100)  
(Super)

Codes: [Management]

No memos

เศรษฐกิจดีขึ้น ความเจริญก็ดีขึ้น ระบบโลจิสติกส์ดีขึ้น อย่างที่รัฐบาลอนุมัติโครงการรถไฟความเร็วสูง  
หรือรถไฟฟ้าเพื่อออกมารองรับนักท่องเที่ยว ไม่อย่างนั้นก็สู้เขาไม่ได้ สายการบินก็ให้มีแบบโลว์คอสต์  
เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามา

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:16 [การจัดระเบียบวัฒนธรรมก็เป็นส่วน..]  
(112:112) (Super)

Codes: [Management]

No memos

การจัดระเบียบวัฒนธรรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นแบบยั่งยืนเหมือนกันนะ

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:2 [น้ายาล้างจาน น้ายาถูพื้นไต้ยุง..] (21:21) (Super)

Codes: [Management]

No memos

น้ายาล้างจาน น้ายาถูพื้นไต้ยุง ไข่เค็มรสต้มยำ และไข่เค็มรสกระเพรานี้ได้จดลิขสิทธิ์แล้ว



P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:3 [มีวิทยากรประมาณ10กว่าท่านในแต่ละ..] (21:21) (Super)

Codes: [Management]

No memos

มีวิทยากรประมาณ 10 กว่าท่านในแต่ละด้าน อย่างลุงจะอยู่ในภาครวม ใน 1 ไร่จะมี 68 ฐานการเรียนรู้

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:8 [กิจกรรมที่นี้เราจะเรียกว่า”วัน..] (49:49) (Super)

Codes: [Management]

No memos

กิจกรรมที่นี้เราจะเรียกว่า”วันธรรมดาน่าเที่ยว” คือไม่จำเป็นต้องเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ แต่วันธรรมดา ก็มาเที่ยวได้

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:11 [เราจะประเมินปีต่อไป จะวางแผน..] (82:82) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เราจะประเมินปีต่อไป จะวางแผนล่วงหน้าไกล ๆ ไม่ได้ ต้องดูงบประมาณด้วย และดูท่าทีจากภาครัฐฯ ด้วย อย่างบางช่วงเศรษฐกิจไม่ดี การศึกษาดูงานก็ช้า ๆ ลงไป อย่างปีที่ผ่านมา สปง. เข้มข้นมากจะเอาเงินคืนอย่างเดียว ก็เลยต้องวางแผนแบบปีต่อไป

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:15 [ก็ดูในทางยูทูบบ้าง ทำวิจัย จาก..] (94:94) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ก็ดูในทางยูทูบบ้าง ทำวิจัย จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มาแล้วก็ออกมาเป็นรูปเล่ม

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:25 [ศูนย์การเรียนรู้ที่เราขาดไม่ได้..] (149:149) (Super)

Codes: [KM] [Management]

No memos

ศูนย์การเรียนรู้ที่เราขาดไม่ได้เลย คือ 1) นวัตกรรม 2) จุดขาย

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:4 [การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แห..] (30:30) (Super)

Codes: [Management]

No memos

การบริหารตลาดก็เป็นแม่ค้ำนี้แหละคะเป็นผู้ช่วยบริหาร ดูแลกันเองโดยไม่มีคนนอกมายุ่งเกี่ยว สินค้าที่จะนำมาขายเราก็ต้องคัดกรอง พยายามเลือกไม่ให้ซ้ำกันมากนักแต่ก็มีเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และเราก็จะสืบหาที่มาที่ไปของสินค้าที่นำมาขายด้วย

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:14 [พื้ก็อยากทำพวกแผนที่ให้นักท่องเที่ยว..] (82:82) (Super)

Codes: [Econ] [Management]

No memos

พื้ก็อยากทำพวกแผนที่ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวแบบ one day trip โดยที่สามารถไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้ตลาดใต้โหนดได้อย่างคุ้มค่าในวันเดียวและเป็นการกระจายรายได้ให้ชาวบ้านอื่น ๆ นอกเหนือจากในตลาดด้วย

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:15 [ถ้ามีงบประมาณก็อยากจะปรับปรุง..] (92:92) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ถ้ามีงบประมาณก็อยากจะปรับปรุงเรื่องพื้นที่ให้พอเพียงกับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:11 [สถานที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับ..] (90:90) (Super)

Codes: [Management]

No memos

สถานที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะยังขาดบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้

P 6: 06 ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:9 [ก็มีประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุค มีจ..] (73:73) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ก็มีประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุค มีจุดเช็คอิน มีนักแสดงได้มามีส่วนร่วมปล่อยเต่าด้วยก็เป็นการโปรโมทไปในตัว

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:6 [เพราะการป็นต้นตาลค่อนข้างจะเสี..] (23:23) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เพราะการป็นต้นตาลค่อนข้างจะเสี่ยง ตกลงบาดเจ็บบ้าง ตายบ้าง ก็ไม่มีใครอยากให้ลูกหลานไปเสี่ยง แล้วตอนนี้คนที่ป็นต้นตาลให้อยู่นี้ก็อายุ 40 กว่าแล้ว ยังไม่มีวัยรุ่นหรือเด็กที่อายุน้อยมาสืบทอดเลยไม่รู้ว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:9 [ดูจากรอยยิ้มค่ะ ใครได้ทานน้ำตา..] (55:55) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ดูจากรอยยิ้มค่ะ ใครได้ทานน้ำตาลสดก็ชมว่าอร่อย

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:11 [มีแทบทุกวัน มากสุดที่ไม่มีเลขก..] (71:71) (Super)

Codes: [Management]

No memos

นักท่องเที่ยวมีแทบทุกวัน มากสุดที่ไม่มีเลขก็แค่วันเดียว และจำนวนคนก็ 50 คนขึ้นไป เสาร์-อาทิตย์ คนยิ่งเยอะมาก

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:12 [ไม่เคยมีลูกค้าบ่นว่าแพงนะคะ มี..] (75:75) (Super)

Codes: [Environment] [Management]

No memos

ไม่เคยมีลูกค้าบ่นว่าแพงนะคะ มีแต่บอกว่าสมราคาเพราะเป็นออแกร์นิกด้วย

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:18 [เขาทำไว้หมดแล้วค่ะ ลงยูทูปบ้าง..] (102:102) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เขาทำไว้หมดแล้วค่ะ ลงยูทูปบ้าง เพราะก็มีคนอื่นที่อยากจะทำเป็นก็จะเข้าไปดู

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:5 [ส่วนมากลูกค้าติดต่อมาทางไลน์ ..] (88:88) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ส่วนมากลูกค้าติดต่อมาทางไลน์ และส่งงานกันทางไลน์ไม่ต้องขับรถไปมาเพื่อส่งแบบหรือถามงาน ก็ส่งทางไลน์ได้เลย ลดเวลาและต้นทุนลงไปเยอะเลย

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:8 [ด้านประชาสัมพันธ์ (ทั้งภาษาไทย..)] (113:113) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ด้านประชาสัมพันธ์ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) แล้วตอนนี้เราก็มีการตอกเหรียญโบราณด้วย

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:11 [บางครั้งก็คนละ120บาท แต่บางที..] (135:135) (Super)

Codes: [Management]

No memos

บางครั้งก็คนละ120บาท แต่บางทีเขามาแบบครอบครัว เราก็แล้วแต่เขาจะให้เพราะพวกเขาตั้งใจมาดู มาเรียนรู้จริงๆ

P 9: 09 กระจุตบายใจ.rtf - 9:12 [แสดงว่าสำหรับคุณ ความสัมพันธ์..] (143:143) (Super)

Codes: [Management]

No memos

แสดงว่าสำหรับคุณ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมีผลกับการท่องเที่ยวมากกว่าสื่อออนไลน์ แล้วคุณคิดว่าสื่อออนไลน์ส่งผลให้คนรู้จักเราเยอะไหมคะ

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:2 [ราคาเริ่มต้นขึ้นละ200-300บาท จ..] (19:19) (Super)

Codes: [Management] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

No memos

ราคาเริ่มต้นขึ้นละ 200-300 บาท จนถึงหลายหมื่นบาท ขึ้นอยู่กับขนาด

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:3 [ตอนนี้มีให้เยี่ยมชมสินค้า แต่..] (23:23) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ตอนนี้มีให้เยี่ยมชมสินค้า แต่ในอนาคตเราจะมีการสอนให้เรียนรู้ ให้เขียนลายของตัวเองด้วยฝีมือตัวเอง

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:4 [ต้องดูตามราคาชิ้นงาน ก็คือลูกค..] (27:27) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ต้องดูตามราคาชิ้นงาน ก็คือลูกค้าได้ซื้อสินค้าที่เป็นลายที่เขียนด้วยตนเอง

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:12 [เนื่องจากตอนนี้พื้นที่อยู่ระหว่าง..] (66:66) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เนื่องจากตอนนี้พื้นที่อยู่ระหว่างปรับปรุง แต่ก็ขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่มา การแจ่งล่วงหน้า เราจะได้บริหารได้

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:13 [ลูกค้าจะบอกว่าคุ้มค่ามากกว่า ..] (82:82) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ลูกค้าจะบอกว่าคุ้มค่ามากกว่า แต่เราจะแจ่งลูกค้าก่อนเรื่องราคาว่าของเราอาจจะสูงหน่อยนะ ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจก่อน

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:14 [อยากนะ แต่อยากให้ป็นศูนย์การ..] (86:86) (Super)

Codes: [Management]

No memos

อยากนะ แต่อยากให้ป็นศูนย์การเรียนรู้ อยากแยกส่วนพื้นที่ว่าตรงนี้เป็นที่เรียนลายรัตนโกสินทร์ ตอนต้น ตรงนี้เป็นลายสมัยรัชกาลที่ 5 เพราะลายเบญจรงค์มีหลายหลายระดับ

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:1 [ถ้าเราพัฒนาเขาตามเกณฑ์ที่เหมาะสม..] (23:23) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ถ้าเราพัฒนาเขาตามเกณฑ์ที่เหมาะสมให้องค์ความรู้กับเขา มันก็สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ คือชุมชนเป็นผู้บริหารเอง มันไม่เหมือนเมื่อก่อน คือถ้าเราพูดถึงชุมชนนี้ ชุมชนมักจะเป็นผู้ถูกเที่ยว แต่ในบริบทที่ อพท. ทำนี้ เขาจะเป็นผู้ที่ลุกขึ้นมาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวของเขาเอง โดยมี อพท. เป็นองค์กรพี่เลี้ยง

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:8 [กระบวนการ Co-creation คือให้มี..] (35:35) (Super)

Codes: [Management]

No memos

กระบวนการ Co-creation คือให้มีการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์

P12: 12 โอล่า.rtf - 12:2 [1] เราต้องสร้างในการมีส่วนร่วมก..] (17:17) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เราต้องสร้างในการมีส่วนร่วมก่อน ปกติคนส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกร ทำอะไรแบบดั้งเดิม พอเราจะไปเปลี่ยนเราก็ต้องไปปรับ mind set ก่อนช่วงที่กำลังปรับ mind set นี้ลำบากมาก เพราะคนพื้นที่ส่วนใหญ่ก็มักเป็นผู้สูงอายุ ถ้าเรานำอะไรไปเปลี่ยนเลยพวกเขาจะไม่รับ เพราะฉะนั้นการเปลี่ยน mind set กระบวนการที่นำไปถ่ายทอดต้องให้เข้ากับเขา เพราะระดับการศึกษาก็ไม่เท่ากัน

P12: 12 โอล่า.rtf - 12:5 [ควรจะมีกระบวนการ monitoring ตี..] (34:34) (Super)

Codes: [Management]

No memos

ควรจะมีกระบวนการ monitoring ติดตามและประเมินผลว่าเขานำไปใช้จริงหรือไม่ และมีผลกลับมาอย่างไร บางครั้งแบบสอบถามก็เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งแต่ถ้าเราจะวัด out come ก็จะไม่วัดไม่ได้ เพราะว่ามันเป็นแค่ check list แล้วหลังจากนั้น 1-2 เดือนเราก็ลองไปดูว่าผลเป็นอย่างไรบ้าง ถ้าสามารถมีข้อมูลที่ link เข้ามาแบบ real time ได้จะดีมากเลย

P12: 12 โอล่า.rtf - 12:6 [เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามันเป็นงานดี..] (34:34) (Super)

Codes: [Management]

No memos

เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามันเป็นงานด้านบริการ เพราะฉะนั้นงานด้านบริการก็จะเกี่ยวข้องกับ ”คน” เป็นส่วนใหญ่ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่มีปัญหางบประมาณไม่มีปัญหาพร้อมที่จะลงไปอยู่แล้ว เทคโนโลยีต่าง ๆ เรามีพร้อม สองส่วนอย่างแรกก็คือคนที่รับคำว่าสร้างสรรค์ก็พวกเทคโนโลยีต่าง ๆ และสองก็คือเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดลงไปมันเหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ หรือไม่

P 1: 01 อติรัฐมนตรีนว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:11 [เราก็ต้องกลับมาที่เรื่อง ”คน” คี..] (44:44) (Super)

Codes: [KM] [Social]

No memos

เราก็ต้องกลับมาที่เรื่อง”คน”คือมันต้องมีการสืบสานต่อ แต่อย่างกลุ่ม YEC ที่พวกเราทำกันอยู่ อย่างน้อยก็เป็นกลุ่มที่จับต้องได้ ต้องพยายามสร้างรุ่นน้องต่อไปและถ้ามัน success able ก็อย่ารอเงินรัฐฯ หรือจากผู้สนับสนุนอย่างเดียวเพราะบางทีมันก็ไม่ได้ จึงต้องอยู่ได้ด้วยขาตัวเองแล้วมันจะอยู่ได้

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:3 [การให้ความรู้กับแหล่งชุมชนให้..] (15:15)  
(Super)

Codes: [KM]

No memos

การให้ความรู้กับแหล่งชุมชนให้เข้าใจก่อน ว่าการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร และควรทำอย่างไร

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:9 [เราควรให้ความรู้กับคนในพื้นที่..] (49:49)  
(Super)

Codes: [KM]

No memos

เราควรให้ความรู้กับคนในพื้นที่เพราะส่วนมากเขาเป็นชาวสวนไม่ค่อยมีความรู้ เราต้องให้เขามีความเข้าใจ ต้องรวมตัวกันให้ได้ อย่าให้ใครหรือนักธุรกิจมาแก่งแย่งอาชีพของพวกเขา

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:10 [เรามีการถ่ายทอดและอบรมให้ทุกรู..] (57:57)  
(Super)

Codes: [KM]

No memos

เรามีการถ่ายทอดและอบรมให้ทุกรุ่นทุกระดับเลย

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:12 [ลูกหลานก็ทำอยู่นะ เข้าไปทำใน 1..] (86:86) (Super)

Codes: [KM] [Econ]

No memos

ลูกหลานก็ทำอยู่นะ เข้าไปทำใน 1 ไร่เลี้ยงคน 8 คน ตอนนี่ก็เพิ่มเข้ามาอีก 1 คน ตอนนี่ก็กำไรแล้ว ไร่เดียวได้เดือนละ 2 หมื่น โดยหักค่าใช้จ่ายแล้วก็เหลือหมื่นต้น ๆ

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:8 [ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมาทำให้ลูกหล..] (58:58) (Super)

Codes: [KM] [Social]

No memos

ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมาทำให้ลูกหลานดูมากกว่า เพราะเขาจะรู้สึกว่ามีคุณค่าเพราะเขาค้นชินกับของเหล่านี้ เขาเคยได้ทำมาก่อน แล้วทำให้รู้สึกว่าเขาไม่ด้วยค่าด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

P 5: 05 นาโปแก.ttf - 5:10 [อย่ามุ่งหลักไปทางธุรกิจ แต่ให้..] (83:84) (Super)

Codes: [KM]

No memos

อย่ามุ่งหลักไปทางธุรกิจ แต่ให้มุ่งเน้นไปทางให้ข้อคิด เขาจะได้นำไปใช้และไม่ลืมเรา ปลูกฝังให้เด็ก ๆ หรือคนรุ่นหลังได้รู้คุณค่าและภาคภูมิใจในความเป็นชานา ในของดีที่เรามี

P 6: 06 ธนาการปุลงอนันต์.ttf - 6:10 [ก็มีลูกหลาน เพราะจริง ๆ แล้วโครง..] (81:81) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ก็มีลูกหลาน เพราะจริง ๆ แล้วโครงการนี้เกิดมาจากพวกเขาตั้งแต่พวกเขาไปเรียน ลุงเลยมาทำส่วนนี้

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.ttf - 7:1 [มีการทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษแล้ว ..] (3:3) (Super)

Codes: [KM]

No memos

มีการทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษแล้ว เพราะบรรพบุรุษคนสมุทรสงครามทำอาชีพเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวอยู่แล้ว แต่คนทั่วไปมักจะรู้จักในชื่อ ”น้ำตาลปีบ” มันก็คือน้ำตาลมะพร้าวแต่พอเอาใส่ปีบก็เลยเรียกน้ำตาลปีบ แต่สมัยรุ่นพ่อแม่ฉันเขาใส่หม้อ ก็จะเรียกว่า ”น้ำตาลหม้อ”

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.ttf - 7:7 [พยายามสอนเด็ก ๆ ที่สนใจให้มา..] (27:27) (Super)

Codes: [KM]

No memos

พยายามสอนเด็ก ๆ ที่สนใจให้มาเรียนรู้กับเรา

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.ttf - 7:8 [พยายามที่จะสอนให้รุ่นเด็ก ๆ หา..] (35:35) (Super)

Codes: [KM] [Social]



No memos

พยายามที่จะสอนให้รู้เด็ก ๆ หาแรงจูงใจให้เขามาเรียนกับเรา

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:17 [ก็อยากสอนให้เขาเป็นมากที่สุดค้..] (98:98) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ก็อยากสอนให้เขาเป็นมากที่สุดค้ะ

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:3 [ถ่ายทอดให้กับช่างในร้านนี้แหล่..] (44:44) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ถ่ายทอดให้กับช่างในร้านนี้แหล่ครับ

P10: 10ช่างยอด.rtf - 10:8 [ก่อนนี้เราจะมีการสอนให้นักท่อง..] (46:46) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ก่อนนี้เราจะมีการสอนให้นักท่องเที่ยวและกับเด็ก ๆ ช่วงปิดเทอมใหญ่แต่พอเศรษฐกิจซบลง เราก็เลยไม่พร้อมต่อเนื่อง แต่ตั้งใจไว้แล้วว่าอนาคตจะเปิดสอนให้กับผู้ที่สนใจ

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:15 [อันนี้โอนถ่ายให้กับลูกหลานบ้างแ..] (98:98) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ตอนนี้โอนถ่ายให้กับลูกหลานบ้างแล้วและก็คนใกล้ชิด แต่เราจะให้เป็นคนในพื้นที่ เพราะอยากให้ เป็นเอกลักษณ์ควบคู่ไปกับคนอัมพวา

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:17 [อยากให้มีคนสนใจมาเรียนรู้ประวัติ..] (118:118) (Super)

Codes: [KM]

No memos

อยากให้มีคนสนใจมาเรียนรู้ประวัติลายไทยเบญจรงค์กันเยอะ

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:18 [เราต้องดึงวิถีไทยดั้งเดิมที่จ้..] (122:122) (Super)

Codes: [KM]

No memos

เราต้องดึงวิถีไทยดั้งเดิมที่จากรุ่นสู่รุ่นมาให้คนเรียนรู้เพื่อจะได้ซึมซับไปในตัวว่าที่มาที่ไปของแต่ละชิ้นงานเป็นอย่างไร จะได้อรรถรสที่หวงแหน

P11: 11 ผอ.อพท. rtf - 11:2 [โดยให้องค์ความรู้ กลไกของการขับเคลื่อน...] (23:23) (Super)

Codes: [KM] [Environment]

No memos

โดยให้องค์ความรู้ กลไกของการขับเคลื่อน แล้วก็จะดูเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อม ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และผลกระทบด้านเศรษฐกิจ เราพยายามให้เกิดความยั่งยืน เพราะถ้าให้เขาห่วงแต่ด้านเศรษฐกิจอย่างเดียว เขาก็ไม่ไปห่วงด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ไปห่วงทรัพยากรบ้านเขา แต่ถ้าให้เขาดูแลแต่ทรัพยากรเขาอย่างเดียว เขาก็อยู่ไม่ได้ หรือจะให้ดูแลแต่วัฒนธรรมไม่เปิดให้นักท่องเที่ยวเลย เขาก็อยู่ไม่ได้ เราจึงต้องนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดร่วมกับชุมชนจึงเกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น

P11: 11 ผอ.อพท. rtf - 11:7 [ปัญหาที่เรารู้สึกว่าประสบมากที่สุด...] (29:29) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ปัญหาที่เรารู้สึกว่าประสบมากที่สุดคือการสร้าง story telling และ การสื่อสารระหว่างเจ้าของทรัพยากรกับนักท่องเที่ยว จริง ๆ แล้วบ้านเรามีเรื่องราวเยอะมากแต่ไม่ได้เล่า ทางเราจึงพยายามที่จะทำการไปสอบถามชาวบ้านแล้วถอดนำมาเขียนเรียบเรียงแล้วนำไปอบรมเพื่อสื่อความหมายให้กับชาวบ้าน

P12: 12 โอเล่. rtf - 12:3 [ถ้าอบรมแล้วสักพักเราก็นำนักท่องเที่ยว...] (17:17) (Super)

Codes: [KM]

No memos

ถ้าอบรมแล้วสักพักเราก็นำนักท่องเที่ยวไปเที่ยว เมื่อพวกเขาเห็นมีคนมาเที่ยวจากช่องทางต่าง ๆ เขาจะรู้สึกว่ามันเกิดขึ้นได้จริง มันก็จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เขาเห็นคุณค่าขึ้นมา

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. rtf - 1:4 [เริ่มกระจายงาน ส่งเสริมให้แต่ละ...] (20:21) (Super)

Codes: [Econ] [Social]

No memos

เริ่มกระจายงาน ส่งเสริมให้แต่ละหลังมีการทำสิ่งของต่าง ๆ ของชำร่วย ของแฮนด์เมด หรืออาหาร อาหารพื้นบ้าน ขนมพื้นเมือง ขนมไทย น้ำสมุนไพรต่าง ๆ หรือบ้านไหนมีการปลูกพืชปลูกผักอะไร ก็นำมาส่ง 5 หลังนี้ ให้มีบริการรับซักกรีดผ้า หรือรูปแบบบริการอื่น ๆ ทำให้เกิดอาชีพรายย่อย ส่วนพนักงานของบ้าน 5 หลังนี้ก็มาจากลูกหลานของบ้าน 25 หลังที่เหลือเหมือน 5 หลังนี้เป็นรายได้หลัก แล้วอีก 25 หลังเป็นรายได้เสริม แน่นนอนว่ารายได้นั้นไม่เท่ากัน แต่ก็ยังทำให้มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:6 [ลดความเลื่อมล้ำและเพิ่มการกระจาย..] (27:27) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ลดความเลื่อมล้ำและเพิ่มการกระจายรายได้

P 1: 01 อติตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.rtf - 1:9 [ควรชี้วัดจากการกระจายความสุข..] (35:35) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ควรชี้วัดจากการกระจายความสุข กระจายรายได้ พัฒนาอย่างสร้างสรรค์แต่ก็สามารถอยู่ได้ สำคัญกรักบ้านเกิดก็สำคัญมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

P 2: 02 อติตรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว.rtf - 2:11 [ตอนนี้เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการธ..] (61:61) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ตอนนี้เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด อย่างโฮมสเตย์ เรือคายัค

P 3: 03 ลุงสุขลบ้านสารภี.rtf - 3:6 [หลังจากที่ประสบความสำเร็จแล้ว..] (41:41) (Super)

Codes: [Econ] [Social]

No memos

หลังจากที่ประสบความสำเร็จแล้วก็ขยายสู่ชุมชน อย่างคนที่ยังไม่มีรายได้หรือรายได้เสริม ก็ให้เข้ามา มีส่วนร่วมในกิจการ ใครมีผลิตภัณฑ์อะไรก็เข้ามาร่วมขายกัน คนจากโรงงานก็จะเข้ามาจับซื้อ

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:16 [ก็ที่ว่าปีหนึ่งได้2แสนกว่าก็ตาม..] (105:105) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ก็ที่ว่าปีหนึ่งได้ 2 แสนกว่าก็ตาม 3 ช่องทางที่บอกเลย ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และแปรรูป

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:18 [ปี62-63 ที่คนทำงานเงินเดือนได้..] (113:113) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ปี62-63 ที่คนทำงานเงินเดือนได้เงินน้อย แต่ถ้ามีที่ดินแนะนำว่าออกไปทำกินแบบนี้จะไม่จน

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:16 [เราต้องคำนวณและมีลิมิตในการทำงาน..] (90:90) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

เราต้องคำนวณและมีลิมิตในการทำงานน้ำตาลออกมาด้วยคะ เพราะโครงการมีเงินพระราชทานหรือเงิน บริจาคก็จริง แต่เราก็ต้องเลี้ยงตัวของเราเองให้ได้ด้วย ไม่ใช่ต้องรอแต่เงินบริจาค ส่วนรายได้ที่ได้มา จากการขายของโครงการ เราก็จะส่งยอดให้ส่วนกลางหมดเลยวันต่อวัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

P 7: 07 ป่าน้อยเตาตาล.rtf - 7:22 [ผู้วิจัย : อาชีพนี้อาจจะเลี้ยงช..] (115:117) (Super)

Codes: [Econ] [Social]

No memos

ผู้วิจัย: อาชีพนี้อาจจะเลี้ยงชุมชนได้ไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: โอ้ สบายมากเลย

P 9: 09 กระจุดบายใจ.rtf - 9:5 [ทำกันทุกครัวเรือนเลย อย่างในสม..] (56:56) (Super)

Codes: [Econ] [Social]

No memos

ทำกันทุกครัวเรือนเลย อย่างในสมาชิกกลุ่มก็มี 60 คน

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:19 [ทำให้มีเงินไหลเข้ามาในประเทศไทย..] (130:130) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ทำให้มีเงินไหลเข้ามาในประเทศไทย เพราะงานด้านนี้ชาวต่างชาติจะชอบมาก ก็จะซื้อกลับไปบ้านตนเอง

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:20 [ผู้วิจัย : วิสาหกิจฯ มีผลให้เศ..] (139:141) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ผู้วิจัย: วิสาหกิจฯ มีผลให้เศรษฐกิจเฟื่องฟูไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: เฟื่องฟูครับ เพราะแหล่งที่มาคือการจับจ่าย

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:22 [ผู้วิจัย : คนในวิสาหกิจฯนี้มีส..] (147:149) (Super)

Codes: [Econ] [Social]

No memos

ผู้วิจัย: คนในวิสาหกิจฯนี้มีสภาพชีวิตที่ดีขึ้นไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: มีสภาพชีวิตที่ดีเพราะมีรายได้

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:11 [การทำให้ชุมชนมีการขยายผล การสร..] (47:47) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

การทำให้ชุมชนมีการขยายผล การสร้างเครือข่าย และ การกระจายรายได้ แล้วอีกส่วนหนึ่ง คือการลดต้นทุน คือนำวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในชุมชนที่ไม่ต้องนำมาจากที่อื่น นำมาทำเป็นจุดเด่นหรือจุดขายให้กับแหล่งชุมชน แล้วรายได้ที่เข้ามา ก็จะเป็นรายได้หมุนเวียนที่ 100%

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:12 [เรานำเรื่องของเงินนี้มาจับพินิจ..] (62:62) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

เรานำเรื่องของเงินนี้มาจับพินิจดูว่าการที่เขาได้รายได้แล้วทำให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนหรือไม่ เพราะมันจะไปตอบโจทย์เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำและในเรื่องการจ้างงานด้วย

P13: 13 พี่แอด.rtf - 13:3 [ททท.จะเน้น mass tourism ทั้งหมด..] (5:5) (Super)

Codes: [Econ]

No memos

ททท. จะเน้น mass tourism ทั้งหมด แล้วตอนนี้นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุน อพท. ไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างรายได้ แต่เน้นในเรื่องเป็นเครื่องมือลดความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้

P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:17 [คนงานก็มี3-4คน ซึ่งก็เป็นลูกๆห..] (109:109) (Super)

Codes: [Social]

No memos

คนงานก็มี 3-4 คน ซึ่งก็เป็นลูก ๆ หลาน ๆ ด้วย

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:2 [บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน..] (5:5) (Super)

Codes: [Social]

No memos

บ้านเราก็ค่อนข้างเป็นแนวศิลปิน ซึ่งพ่อก็จะมีการสอนดนตรี คุณตาที่เป็นมโนราห์ ที่นี้เราก็มาคิดว่าเรายังให้อะไรชุมชนไม่พอ ทั้งที่คนข้างนอกมาเยี่ยมชมมาเที่ยวมาดู แต่คนในหมู่บ้านละแวกนี้ไม่ได้สนใจเท่าที่ควร เราจึงหากิจกรรมให้เด็ก ๆ ทำแล้วหาคนมาสอนเด็ก ๆ แล้วก็พยายามรวมกลุ่มคนที่ขายของตามข้างทางมาขายด้วยกันจึงได้เกิดตลาดขึ้นมา

P 5: 05 นาโปแก.rtf - 5:9 [ดูที่คน เขามีรอยยิ้มไหม วัดจาก..] (70:70) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ดูที่คน เขามีรอยยิ้มไหม วัดจากความสุข เขามาต่อเนื่องไหม

P 6: 06 ธนาคารปูลุงอนันต์.rtf - 6:8 [ถ้าถามในส่วนของคุณนะ กลุ่มนะพร้อม..] (53:53) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ถ้าถามในส่วนของคุณนะ กลุ่มนะพร้อม ชุมชนก็พร้อมนะ ก็จะเป็นในส่วนองค์กรของรัฐฯ ที่ว่าจะพร้อมไหม

P 6: 06 ธนาคารปลุลงอนันต์.rtf - 6:11 [พวกเขาเองก็เป็นชาวประมงอยู่แล้ว..] (85:85) (Super)

Codes: [Social]

No memos

พวกเขาเองก็เป็นชาวประมงอยู่แล้วแต่เขาก็มีส่วนร่วมนะ

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:23 [ผู้วิจัย : คนในชุมชนมีความสุขไป..] (119:121) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย: คนในชุมชนมีความสุขไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: มีค่ะ ก็มาร่วมทำกิจกรรม มีปรึกษากันดีค่ะ

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:24 [ผู้วิจัย : ช่วยให้เกิดความเท่า..] (123:125) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย: ช่วยให้เกิดความเท่าเทียมกันไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: เท่าเทียมกัน เพราะเราสามัคคีกันดีด้วยค่ะ

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:9 [ผู้วิจัย : วิสาหกิจนี้มีกิจกรรม..] (52:53) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย: วิสาหกิจนี้มีกิจกรรมเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: เป็นที่ยอมรับ เพราะผมจะมีงานส่วนตัวหรืองานเชิงต้อนรับผู้หลักผู้ใหญ่เชื้อพระวงศ์ ผมจะเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง เขาจะรู้จักและภูมิใจกันมาก

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:21 [ผู้วิจัย : กลุ่มคนในชุมชนของพี..] (143:145) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย: กลุ่มคนในชุมชนของพีให้ความร่วมมือเยอะไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: ให้ความร่วมมือดี

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:23 [ผู้วิจัย: มีความเหลื่อมล้ำทาง..] (151:153) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย: มีความเหลื่อมล้ำทางสังคมไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่มี ที่นี้จะดีอย่าง ทุกคนรู้จักกันเพราะเป็นชาวบ้าน

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:24 [ผู้วิจัย: คนในชุมชนมีการให้คว..] (155:157) (Super)

Codes: [Social]

No memos

ผู้วิจัย : คนในชุมชนมีการให้ความร่วมมือต่าง ๆ ดีไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ : ให้ความร่วมมือดี

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:13 [อย่างที่พทย์จะมีชุมชนจินโบราณ..] (62:63) (Super)

Codes: [Social]

No memos

อย่างที่พทย์จะมีชุมชนจินโบราณที่ล่มสลายไปแล้วก็แต่ยังมีรุ่นลูกหลานที่ยังอยู่ แล้วพอเรานำการ  
ท่องเที่ยวชุมชนไปจับในพื้นที่นี้ ไปต่อยอดของ CT ในเรื่องการเขียนหน้ากากजू การวัฒนธรรมจิน  
โบราณ การทำขนม การทำอาหาร ที่นี้ก็เกิดตลาดชุมชนจินโบราณขึ้นมา พอมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็น  
ที่รู้จักกันมากขึ้น พอวันเสาร์-วันอาทิตย์หรือวันหยุด ลูกหลานที่ไปเรียนในกรุงเทพฯหรือต่างเมืองก็จะ  
กลับมาเพื่อมาแต่งชุดจีน หรือลูกหลานที่ไปทำงานต่างเมืองก็ได้กลับมาทำงานได้กลับมาอยู่กับ  
ครอบครัว ก็สร้างความสุขให้กับคนในท้องถิ่นได้มากขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตคนในชุมชนดีขึ้น

P12: 12 โอล่.rtf - 12:4 [สมมติว่ามีคนจากที่นั่นไปเรียนท..] (22:22) (Super)

Codes: [Social]

No memos

สมมติว่ามีคนจากที่นั่นไปเรียนที่กรุงเทพฯแล้วกลับมาบ้านเหมือนเป็นเยาวชนมีการรักบ้านเกิดอันนี้  
จะไปได้ไ้ แต่ถ้าเป็นคนที่อยู่ที่นี่เขาจะไม่เคยเห็นอะไรมาก่อนเลย ปัญหาที่เราพบคือถ้าเขาไม่เคย  
เห็นเขาก็จะมองภาพไม่ออกแล้วเขาก็จะไม่สนใจในระยะยาวเลย แต่จะสนใจแค่ตอนนี้จะต้องได้เงิน  
ตอนนี้ ถ้าไม่ได้เงินตอนนี้เขาก็ไม่สนใจ



P 3: 03 ลุงสุชลบ้านสารภี.rtf - 3:22 [ทุกกระเบียดนิ้วเลยนะ ใช้แล้วไซ..] (137:137) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ทุกกระเบียดนิ้วเลยนะ ใช้แล้วใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:6 [ใช้ชื่อว่ากรีนมาร์เก็ต เพราะเร..] (5:5) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ใช้ชื่อว่ากรีนมาร์เก็ต เพราะเราไม่ใช่โฟมไม่ใช่พลาสติก

P 4: 04 หลาดใต้โหนด.rtf - 4:13 [อ พื่ออยากให้ความรู้กับแม่ค้าใน..] (82:82) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

พื่ออยากให้ความรู้กับแม่ค้าในการปรับเปลี่ยนมาใช้ภาชนะที่เป็นธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ เพราะที่มุ่งเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:13 [ไม่ค่ะ อย่างนี้ธรรมชาติดีแล้วค..] (79:79) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ไม่ค่ะ อย่างนี้ธรรมชาติดีแล้วค่ะ

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:15 [เราผลิตน้ำยาล้างจานเองด้วยค่ะ ..] (86:86) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

เราผลิตน้ำยาล้างจานเองด้วยค่ะ ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

P 7: 07 ป้าน้อยเตาตาล.rtf - 7:25 [เรื่องขยะค่ะ เพราะยิ่งคนมากขยะ..] (134:134) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

เรื่องขยะคะ เพราะยังมีคนมากขยะก็ยิ่งเยอะ บางทีขยะลอยอยู่ในคลองแล้วปลาวายเข้าไปติดในถุ่ก็มี ก็อยากให้ทุกคนใส่ใจเรื่องนี้กันหน่อยคะ ป้าเองก็ไปช่วยเขาตัดขยะอยู่บ้าง แต่คนก็ยังให้ความร่วมมือกันน้อยอยู่

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:7 [ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 : ในกรรมวิธีขอ..] (106:108) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ผู้ให้สัมภาษณ์ 1: ในกรรมวิธีของเราก็มีครับที่เป็นส่วนทำลาย คือการเผา เมื่อก่อนใช้ไม้เผาเยอะเลย ครับ

ผู้ให้สัมภาษณ์ 2: เดียวนี้ใช้แก๊สก็ไม่ค่อยมีควันแล้ว แต่เราเพิ่งมาใช้แก๊สไม่กี่เดือนเองครับ

P 8: 08 เจ้าของโรงหล่อลู่วิเชียร.rtf - 8:12 [เปลี่ยนจากการเผาไม้มาเป็นแก๊ส] (141:141) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

เปลี่ยนจากการเผาไม้มาเป็นแก๊ส

P 9: 09 กระจุตบายใจ.rtf - 9:10 [เรื่องความสะอาดของชุมชนต้องมี..] (113:113) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

เรื่องความสะอาดของชุมชนต้องมีมากกว่านี้ เรื่องการทิ้งขยะ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

P 9: 09 กระจุตบายใจ.rtf - 9:11 [ก็ตอนนี้เริ่มจากคนในกลุ่มเราก่อน..] (125:125) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ก็ตอนนี้เริ่มจากคนในกลุ่มเราก่อน ปลุกฝังการทิ้งขยะให้เป็นที่

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:16 [สูตรสีที่ใช้ตอนนี้จะเป็นกาวธรรม..] (106:106) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

สูตรสีที่ใช้ตอนนี้จะเป็นกาวธรรมชาติ ไม่ใช่เคมี เพราะเราเน้นความปลอดภัย แล้วเรื่องเทคนิคการเขียนลายเราจะลงยูทูบไว้ บอกชื่อลายและประวัติ คนที่จะเรียนรู้เขียนลายจะได้รู้ที่มาที่ไปด้วย

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:25 [คนอัมพาาไม่ได้ทำลาย แต่คนที่มา..] (161:161) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

คนอัมพาาไม่ได้ทำลาย แต่คนที่มาอยู่ใหม่เป็นผู้ทำลายมากกว่า

P10: 10 ช่างยอด.rtf - 10:26 [ผู้วิจัย : คิดว่าคนในชุมชนให้ค..] (167:169) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

ผู้วิจัย: คิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมใหม่คะ

ผู้ให้สัมภาษณ์: ให้ความสำคัญมากนะ

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:9 [และถ้าคนทุกคนหันมาใส่ใจด้านสื่..] (35:35) (Super)

Codes: [Environment]

No memos

และถ้าคนทุกคนหันมาใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ในแต่ละครัวเรือนมีบ่อดักไขมัน มีการจัดการมูลชีวภาพ มันก็จะเกิดความยั่งยืนในพื้นที่ไปโดยปริยาย

P11: 11 ผอ.อพท.rtf - 11:10 [จริง ๆ แล้วเราก็เหมือนกันทั่วโลก..] (40:40) (Super)

Codes: [Environment]

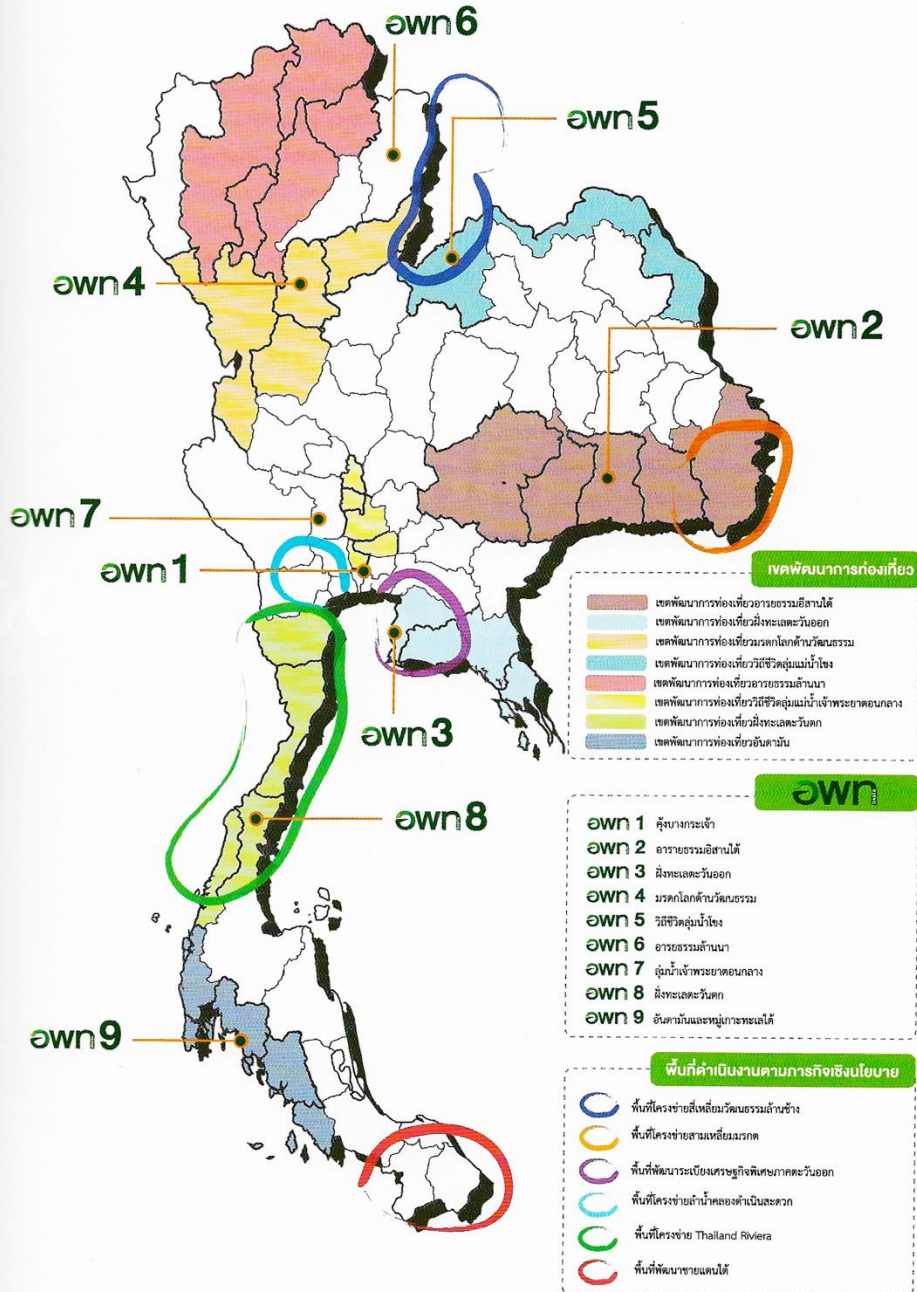
No memos

จริง ๆ แล้วเราก็เหมือนกันทั่วโลกคือความสำคัญจะอยู่ที่ความดูแลในเรื่องของสภาพแวดล้อม การดูแลเรื่องทรัพยากร การดูแลด้านวัฒนธรรม เราต้องไม่ให้กระบวนการพัฒนามีส่วนทำให้สิ่งเหล่านี้หายไป เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราทำอยู่เสมอในชุมชนคือต้องให้เขามีความสมดุล เช่นชุมชนพงศกร แหล่งชุมชนเขาจะอยู่ในพื้นที่ป่าสงวน จะมีการปลูกต้นนางพญาเสือโคร่ง มันเหมือนกับเป็นการดูแลป่าไปด้วยแต่ก็สามารถแสวงหาผลประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวได้ด้วย แล้วพอรายได้เข้ามา เขาก็ตั้งเป็นกองทุนชุมชนส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งก็มอบให้กับกรมป่าไม้ เพื่อให้ นำกล้าพญาเสือโคร่งมาปลูกเพิ่ม มันจะเป็นการรักษาพื้นที่ป่าอย่างเป็นระบบเลย





# พื้นที่ดำเนินงาน ของ OWN.



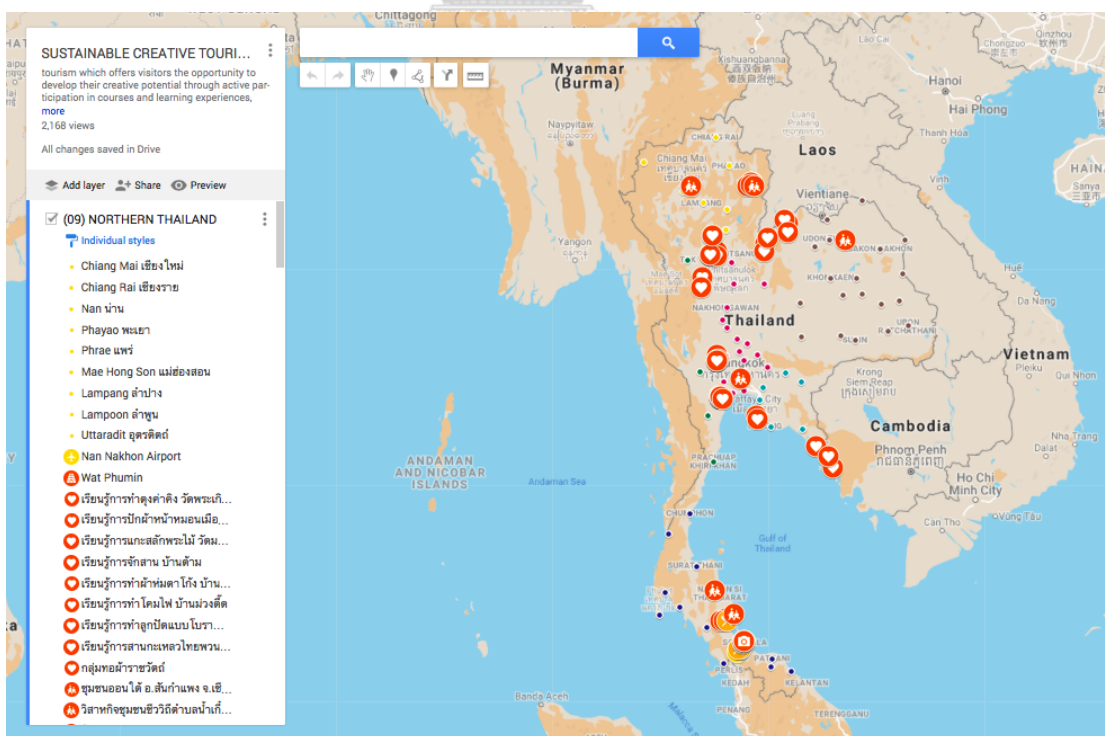


ภาคผนวก ง แบบสอบถาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แบบสอบถามผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ 350 ชุด



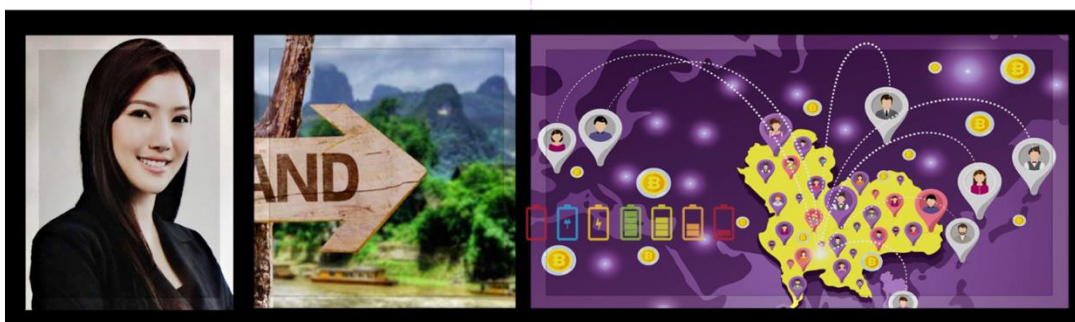
(ที่มา: ผู้วิจัย) แผนที่นำทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ <https://goo.gl/maps/YW8fvB4nhUy>

แบบสอบถามผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์



## AN INNOVATIVE INDICATOR OF SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM

จิตรลดา ศุภชัยมงคล  
CHITRALADA SUPHACHAIMONGKOL, PhD Candidate



### นวัตกรรม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเพื่อประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในมิติ ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ชุมชน มูลค่าที่ทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวของประเทศสามารถนำข้อมูลจากการชี้วัดไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สร้างสรรค์และยั่งยืน

### งานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก

นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน  
AN INNOVATIVE INDICATOR OF SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM

### อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.ชวลิต รัตนธรรมสกุล  
ENVIRONMENTAL ENGINEERING

ศ.ดร.ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์  
URBAN PLANNING ARCHITECTURE

รศ.ดร.พัตชา (เสนาณรงค์) อุทิศวรรณกุล  
CREATIVE ARTS in FINE and APPLIED ARTS



แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในมุมมองของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรม ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทยต่อไป



ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้  
นางสาวจิตรลดา ศุภชัยมงคล นิสิตปริญญาเอกหลักสูตรเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | Line@ ID: @creativetourism |  
Facebook: @sustainablecreativetourism

## คำอธิบายศัพท์ในแบบสอบถาม

**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเรื่องราวการเข้าถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิต และมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้ ตลอดจนได้รับประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของแหล่ง อีกทั้งยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือชุมชนนั้น

**ความยั่งยืน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคมของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

**การสะท้อนความเป็นจริงทางวัฒนธรรม** หมายถึง กิจกรรมที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมายและความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว

### นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจและในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว

### คุณสมบัติของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ♥ ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
- 🗨 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์
- 🏠 แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วม
- 👤 เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม
- 👤 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรียนรู้ประสบการณ์
- 🏠 มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทาง วัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่
- 📍 การท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง



ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งการจำหน่ายสินค้า บริการ หรือการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

**การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

**ชม - ชิม - แชะ - ซั๊ป**

**นักท่องเที่ยว**

- เป็นเพียงผู้ชม อยู่ห่างๆ และถ่ายภาพ
- ยินชมการสาธิต และซื้อของที่ระลึก
- ไม่ได้ร่วมทำกิจกรรม
- ไม่เกิดความผูกพันหรือการมีส่วนร่วมกับชุมชน

**ชุมชน**

- นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเฉพาะช่วงที่มีการจัดงานหรือเทศกาล
- นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม
- เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเกิดความไม่ยั่งยืน ชุมชนไม่ได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่

**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ)** เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวตนที่แท้จริงของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมลงมือทำกิจกรรมกับชุมชนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชน ในสถานที่จริง แต่การ**ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ชม ชิม แชะ ซั๊ป)** เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแค่การชมวัฒนธรรมของชุมชน




**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

**เรียนรู้- ดูของจริง - ลงมือทำ**

**นักท่องเที่ยว**

- มีส่วนร่วมและลงมือทำกิจกรรมเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ร่วมกับชุมชน
- พัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำด้วยตัวเอง
- หุุดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวกับคนในชุมชน
- เกิดความประทับใจ ความผูกพันที่ดีกับชุมชน

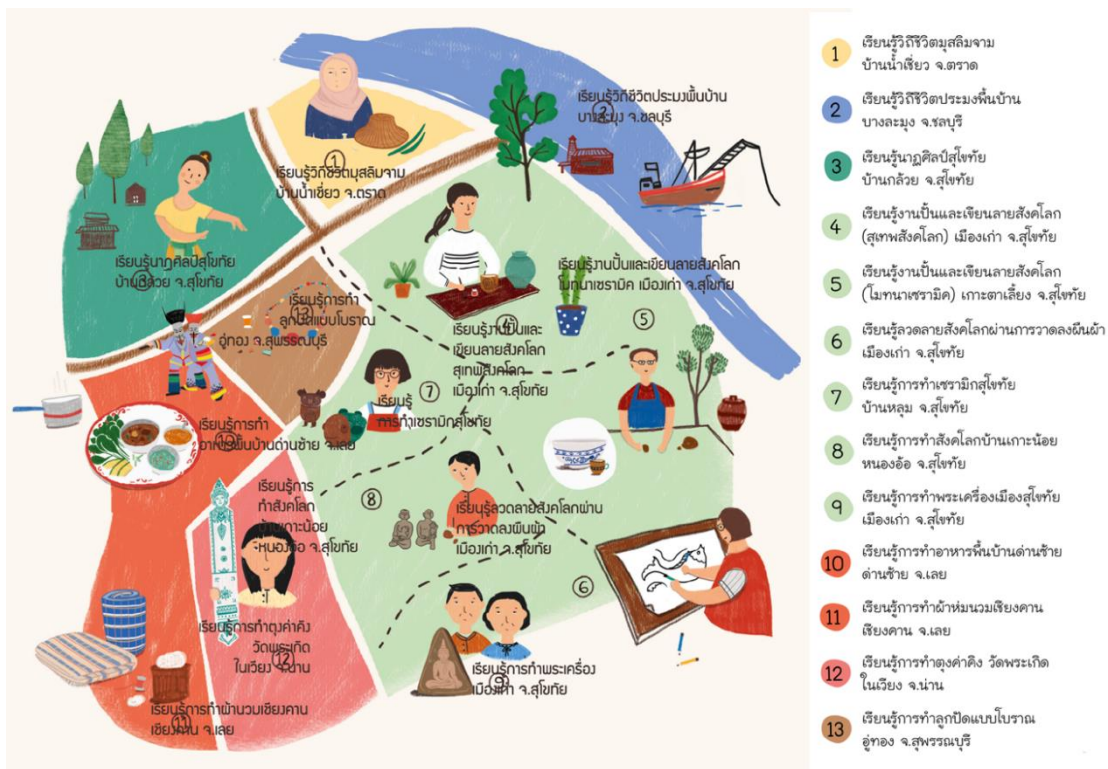
**ชุมชน**

- นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
- ชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเอง
- เกิดความเข้มแข็งเพื่อรักษาตัวตนที่แท้จริง
- การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเกิดความยั่งยืน ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง



ตัวอย่างการ เรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ ของกิจกรรมสร้างสรรค์

CHULALONGKORN UNIVERSITY



**คำชี้แจง**

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์

**ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาตัวชีวิตการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตัวชีวิตการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ชื่อร้าน แหล่ง การบริการ หรือกิจกรรม: .....

พิกัด: .....

วัน-เวลาที่: .....

สำรวจ: .....

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม

กรุณาทำ  ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

#### 1.1 เพศ

ชาย

หญิง

#### 1.2 อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

26 - 35 ปี

36 - 45 ปี

46 - 55 ปี

56 - 65 ปี

เกินกว่า 65 ปี

#### 1.3 ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

อนุปริญญา/ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

#### 1.4 ประมาณการรายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท

5,000- 10,000 บาท

10,000 – 20,000 บาท

20,000 – 30,000 บาท

30,000 – 40,000 บาท

40,000 บาทขึ้นไป

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์

#### 2.1 ประเภทธุรกิจ

ธุรกิจจำหน่ายสินค้า

(ระบุ).....

ธุรกิจบริการ

(ระบุ).....

อื่น ๆ

(ระบุ).....

#### 2.2 รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์

แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และศึกษา/แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม/กิจกรรมหรือไม่

ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และศึกษา/แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

(ระบุกิจกรรม).....

ไม่ได้ให้เรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม / กิจกรรม

(เนื่องจาก).....

### 2.3 รูปแบบธุรกิจ

เจ้าของคนเดียว

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

OTOP (ระบุระดับดาว.....)

บริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ผู้ประกอบภายใต้หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้ประกอบภายใต้หน่วยงานภาครัฐ

(ระบุ).....

อื่น ๆ

(ระบุ).....

### 2.4 แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ ไม่แน่ใจโปรดระบุจังหวัด

กรุงเทพมหานคร

ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)

ภาคเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออก

ภาคใต้

อื่น ๆ(ระบุ).....

### 2.5 ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล

เจ้าของ/ผู้จัดการ/ หุ่นส่วนผู้จัดการ

ผู้บริหารกิจกรรม/ร้านค้า

ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน/ชมรม/กลุ่มผู้ประกอบการ

พนักงาน/ลูกจ้าง

สมาชิกวิสาหกิจชุมชน / กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้นำเที่ยว (ไกด์)

อื่น ๆ (ระบุ).....

### 2.6 ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ต่ำกว่า 1 ปี

1-5 ปี

6-10 ปี

11-15 ปี

16-20 ปี

มากกว่า 20 ปี

**ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบทองเกี่ยวกับการพัฒนาตัวชีวิตการทองเพื่อสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
คะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตัว บ่งชี้	ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>องค์ประกอบด้านพื้นที่</b>						
	1. แหล่งทองเที่ยวของท่านมีความน่าสนใจทางมรดกทางวัฒนธรรม หรือมรดกทางธรรมชาติ					
	2. แหล่งทองเที่ยวของท่านสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น					
	3. แหล่งทองเที่ยวของท่านมุ่งเน้นสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน					
	4. แหล่งทองเที่ยวของท่านยังคงรักษารูปแบบและวิถีการปฏิบัติลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนจนพ้นไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง					
	5. ผู้ประกอบการทองเที่ยว (ในชุมชน) ได้ตระหนักรู้คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม					
<b>องค์ประกอบด้านกระบวนการ</b>						
	1. แหล่งทองเที่ยวของท่านมีการแลกเปลี่ยน					

ตัว บ่งชี้	ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
	เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำ					
	2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)					
	3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่					
	4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์					
	5. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น การสร้างความปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว					
<b>องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์</b>						
	1. กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น					
	2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการแนะนำให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม					
	3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน					
	4. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทาง					

ตัว บ่งชี้	ข้อความถาม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
	วัฒนธรรม					
<b>องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ</b>						
	1. กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับ ของคนในท้องถิ่น					
	2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความ เป็นเจ้าของที่ดี พร้อมและกระตือรือร้นในการ แนะนำ ให้ความรู้ในการถ่ายทอดกิจกรรม					
	3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มี ความสามารถในการนำเสนอความหมายของ มรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน					
	4. ผู้ประกอบท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความรอบรู้ และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม/มรดกทาง วัฒนธรรม					
<b>องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้</b>						
	1. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา ระหว่างประชาชนในพื้นที่ และครอบครัว					
	2. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี กับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม					
	3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิ ปัญญา และวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่ นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวและลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความ เข้าใจและการอนุรักษ์ไว้					
	4. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวของท่าน					



ตัว บ่งชี้	ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
	มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถ พัฒนาสู่การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ได้					
<b>องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ</b>						
	1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างความ เจริญรุ่งเรืองทางการท่องเที่ยวและส่งผล ต่อเศรษฐกิจในชุมชน					
	2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถสร้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่					
	3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้เกิด การสร้างงานที่มีคุณภาพ					
	4. แหล่งท่องเที่ยวของมีศักยภาพทางการ แข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นเป้าหมายการ เดินทางของนักท่องเที่ยว					
<b>องค์ประกอบด้านสังคม</b>						
	1. แหล่งท่องเที่ยวของท่านเปิดให้มีส่วนร่วม ของภาคสังคม ในการบริหารจัดการ วางแผน และสนับสนุนการตัดสินใจ ร่วมกันเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่					
	2. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำให้ สังคม/ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่และมี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น					
	3. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถทำลด ความเหลื่อมล้ำทางสังคม					
	4. แหล่งท่องเที่ยวของท่านสามารถส่งเสริมให้ เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม สร้างความสามัคคี และเกื้อหนุนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ					

ตัว บ่งชี้	ข้อความถาม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
		5	4	3	2	1
	รวมกัน					
<b>องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม</b>						
	1. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านไม่มีผลต่อการทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ป่าไม้ น้ำ อากาศ					
	2. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด					
	3. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ					
	4. สถานที่ท่องเที่ยวของท่านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น					

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

.....

ท่านต้องการทดลองใช้นวัตกรรมที่กำลังจะพัฒนาขึ้นหรือไม่

ต้องการ  ไม่ต้องการ

ท่านต้องการเข้าร่วมเครือข่ายเพื่อช่วยกันสร้างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือไม่

ต้องการ  ไม่ต้องการ

ท่านต้องการให้ช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์หรือไม่

ต้องการ  ไม่ต้องการ

ถ้ามีตอบต้องการ

ขอทราบชื่อ-นามสกุล: .....

เบอร์โทร: .....

Facebook: .....

Line: .....

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้  
กตติตามเพจเพื่อดูรูปกิจกรรมและงานวิจัยอัปเดตในการพัฒนานวัตกรรม  
มการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



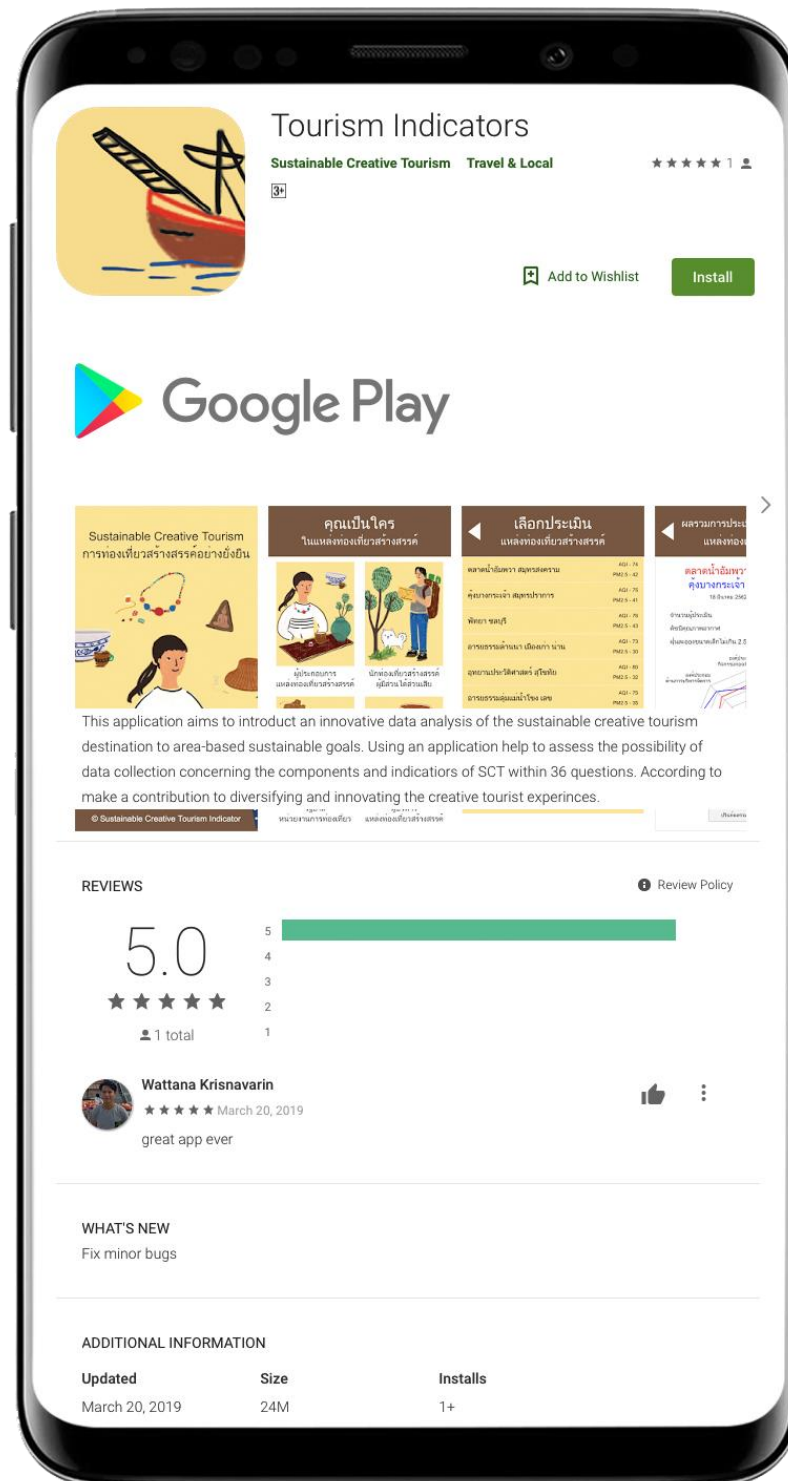
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก จ

คู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมแอปพลิเคชันมือถือสำหรับการประเมินรูปแบบตัวชี้วัดการ  
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันใน Google Play Store ค้นหาใน Tourism Indicators หรือ <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.SCT.TourismIndicators>



หน้าแรกของแอปพลิเคชัน



หน้าที่สอง เลือกผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์/นักท่องเที่ยว หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน  
แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ รัฐบาล หรือหน่วยงานการท่องเที่ยว  
ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

**ลงทะเบียน**  
เพื่อประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

USERNAME (โทรศัพท์มือถือ 10 หลัก)  
0819999999

PASSWORD (ตัวเลข 4 หลัก)  
\*\*\*\*

EMAIL (อีเมล)  
test@gmail.com

BUSINESS/CAREER (รายละเอียดกิจการ/ตำแหน่งงาน)  
กรรมการผู้จัดการ

**สร้างชื่อผู้ใช้**

ยอมรับข้อตกลงเมื่อลงทะเบียนว่า รายละเอียดและข้อมูลที่ได้จากการประเมินเป็น © Sustainable Creative Tourism Indicator

**เข้าสู่ระบบ**

ลืมรหัสผ่าน ?

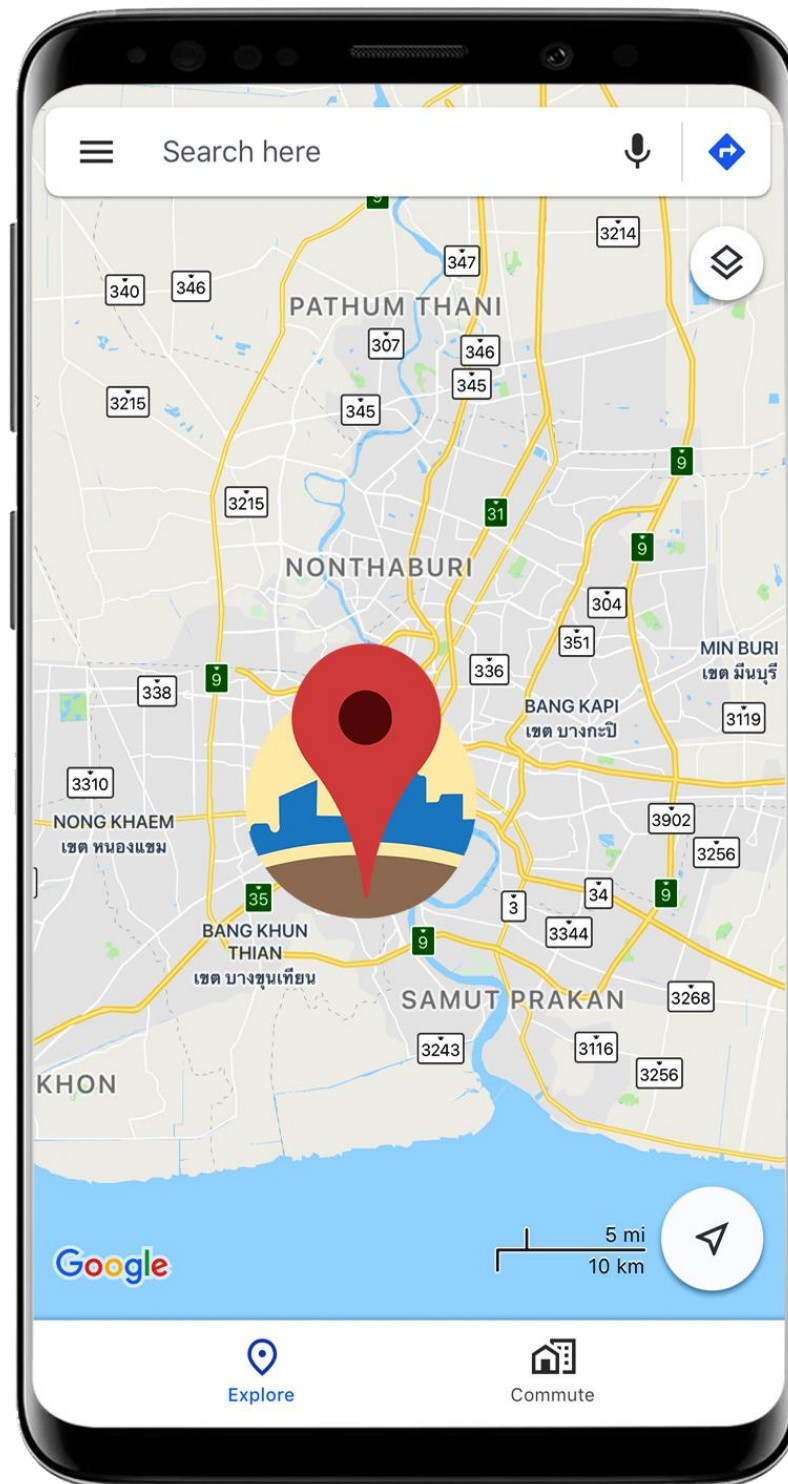
หน้าจอลงทะเบียนใช้งานสำหรับทำแบบประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยระบุเบอร์มือถือ 10หลักแทนชื่อผู้ใช้งาน ระบุนามสกุล อีเมล และชื่อร้านค้า หรือชื่อหน่วยงาน



เลือกประเมิน แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์	
ตลาดน้ำอัมพวา สมุทรสงคราม	AQI - 74 PM2.5 - 42
คังบางกระเจ้า สมุทรปราการ	AQI - 75 PM2.5 - 41
พทยา ชลบุรี	AQI - 76 PM2.5 - 43
อารยธรรมล้านนา เมืองเก่า น่าน	AQI - 73 PM2.5 - 30
อุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย	AQI - 80 PM2.5 - 32
อารยธรรมลุ่มแม่น้ำโขง เลข	AQI - 75 PM2.5 - 35
เมืองโบราณ อุทอง สุพรรณบุรี	AQI - 92 PM2.5 - 28
การท่องเที่ยวอันดามัน และหมู่เกาะทะเลใต้	AQI - 80 PM2.5 - 25
อุทยานประวัติศาสตร์ ศรีสัชนาลัย	AQI - 72 PM2.5 - 35
อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร	AQI - 75 PM2.5 - 41

คลิกที่นี่ เพื่อเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สามารถเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่  
ต้องการนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
สามารถค้นหาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์



เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือค้นหาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

0%

**จงประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
โดยให้คะแนนมาตรฐานตามความหมายต่อไปนี้**

คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด  
 คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก  
 คะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง  
 คะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย  
 คะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

**องค์ประกอบด้านพื้นที่**

หมายถึง แหล่งที่ร้านค้า หรือ กิจกรรมสร้างสรรค์ตั้งอยู่  
 เช่น ทานเลือกประเมินตลาดน้ำอัมพวา  
 องค์ประกอบด้านพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์คือพื้นที่  
 บริเวณรอบชุมชนอัมพวาทั้งหมด\*\*\*  
 ไม่เพียงเฉพาะในตลาดน้ำเท่านั้น

**(1) มีความน่าสนใจในเชิง “มรดกทางวัฒนธรรม”  
หรือ “มรดกทางธรรมชาติ” ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

**(2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สามารถสะท้อน  
การมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นประจำแหล่งท่องเที่ยวได้**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

**(3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการมุ่งเน้น  
ความสัมพันธ์กับวิถีชุมชน และสามารถสร้าง  
ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

เริ่มต้นประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทั้ง 8 องค์ประกอบ 36 ข้อ  
 เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ องค์ประกอบด้านพื้นที่ ข้อ 3 - 1

0%

น้อยที่สุด ○ ○ ○ ○ ● มากที่สุด

(2) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สามารถสะท้อนการมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นประจำแหล่งท่องเที่ยวได้

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด ○ ○ ● ○ ○ มากที่สุด

(3) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการมุ่งเน้นความสัมพันธ์กับวิถีชุมชน และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด ○ ○ ○ ○ ● มากที่สุด

(4) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ยังคงรักษา รูปแบบและวิถีการปฏิบัติในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ปรับเปลี่ยนจนพินไปจากรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด ○ ● ○ ○ ○ มากที่สุด

(5) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน ได้ตระหนักรู้ในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและพร้อมที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด ○ ○ ○ ● ○ มากที่สุด

ย้อนกลับ ถัดไป

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ องค์ประกอบด้านพื้นที่ ข้อ 2 -5

12%

**องค์ประกอบด้านกระบวนการ**

หมายถึง กระบวนการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์จริง และการสร้างความประทับใจ ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยว

(6) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(7) มีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของกิจกรรม (เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(8) มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(9) มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ องค์ประกอบด้านกระบวนการ ข้อ 6 – 9

12%

สร้างสรรค หรือชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค)

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(8) มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่นำไปสู่การ  
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในมรดกทางวัฒนธรรม  
ในพื้นที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(9) มีกระบวนการหรือกิจกรรมที่สนับสนุน  
ให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับ  
แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค  
หรือกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(10) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค  
สามารถสร้างความพึงพอใจ  
และความประทับใจให้แก่ักท่องเที่ยวได้ เช่น  
การสร้างความปลอดภัย  
หรือการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ักท่องเที่ยว

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

ย้อนกลับ      ตัดไป

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค องค์กรประกอบด้านกระบวนการ ข้อ 8 – 10



38%

**องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ**

หมายถึง การบริหารจัดการหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยว เป็นที่รู้จัก การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวจากวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญา การจัดการด้านสถานที่และอุปกรณ์ ความเหมาะสมในด้าน ระยะเวลาของการจัดกิจกรรม และความเหมาะสมด้านราคา ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม

**(15) มีความเหมาะสมในการจัดเตรียมสถานที่ และอุปกรณ์ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

**(16) ระยะเวลาของการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

**(17) กลไกราคา ภายในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีความเหมาะสม และนักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะซื้อสินค้า หรือบริการ ตลอดจนกิจกรรมสร้างสรรค์**

น้อยที่สุด      1      2      3      4      5      มากที่สุด

**(18) มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ตลอดจน กิจกรรมสร้างสรรค์ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทาง วัฒนธรรม และมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการ ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์**

1      2      3      4      5

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ข้อ 15 – 18



38%

มีความเหมาะสม และนักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะซื้อสินค้า หรือบริการ ตลอดจนกิจกรรมสร้างสรรค์

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด มากที่สุด

(18) มีการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ตลอดจนกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มาจากภูมิปัญญาหรือมรดกทางวัฒนธรรม และมีการส่งเสริมให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการ ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด มากที่สุด

(19) มีการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน มีเครือข่าย หรือกลุ่มในการบริหารจัดการ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมให้มีความตระหนักและรับผิดชอบ ต่อสังคม ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด มากที่สุด

(20) มีการวางแผนกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงานทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาวตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลแผนปฏิบัติงาน

1 2 3 4 5

น้อยที่สุด มากที่สุด

ย้อนกลับ      ถัดไป

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ข้อ 18 – 20

50%

**องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้**

หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่นให้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการสร้างความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้ แก่นักท่องเที่ยว

(21) มีกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และสืบทอด ภูมิปัญญาและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัว ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(22) มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ และมีปฏิสัมพันธ์อันดี กับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม ในระหว่างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(23) มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญา ของท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อถ่ายทอดให้แก่ นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยว และลูกหลานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการ อนุรักษ์ไว้

1 2 3 4 5  
น้อยที่สุด มากที่สุด

(24) มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถพัฒนาสู่การ สร้างสรรค์รูปแบบใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ ข้อ 21 – 24

62%

**องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ**

หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจภายใน แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

(25) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์นี้ สามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางการท่องเที่ยวและส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

(26) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์นี้ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

(27) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์นี้ สามารถทำให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพ

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

(28) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์นี้ มีศักยภาพทางด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจและเป็นเป้าหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ ข้อ 25 – 28



88%

**องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม**

หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือใช้บริการ  
นั้นส่งผลกระทบในเชิงลบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี  
วัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด

(33) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ไม่มีส่วนต่อการ  
ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำ อากาศ หรือป่าไม้

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

(34) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการส่งเสริมการใช้  
ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

(35) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการให้ความสำคัญ  
กับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อมและความ  
หลากหลายทางชีวภาพ

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

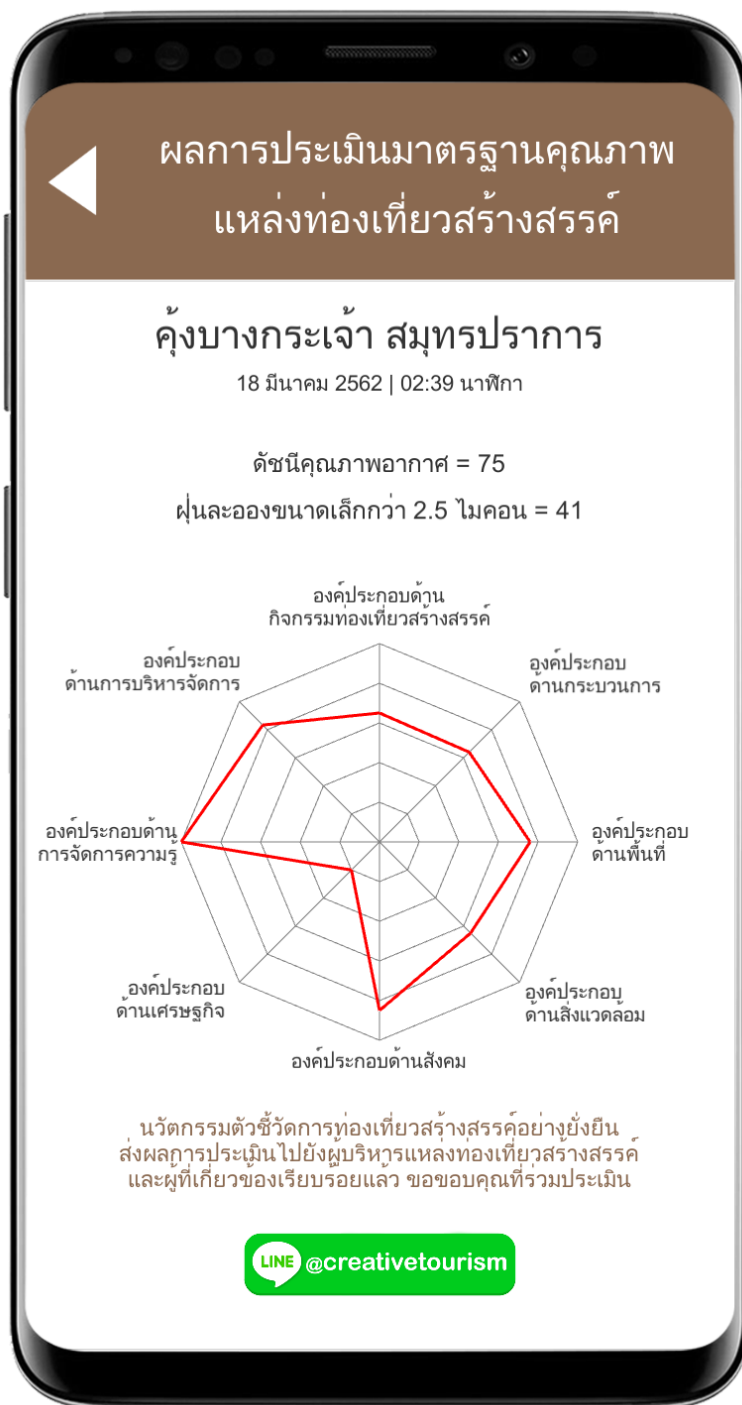
(36) แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีการให้ความสำคัญ  
กับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิต ตลอดจน  
ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

น้อยที่สุด      1    2    3    4    5      มากที่สุด

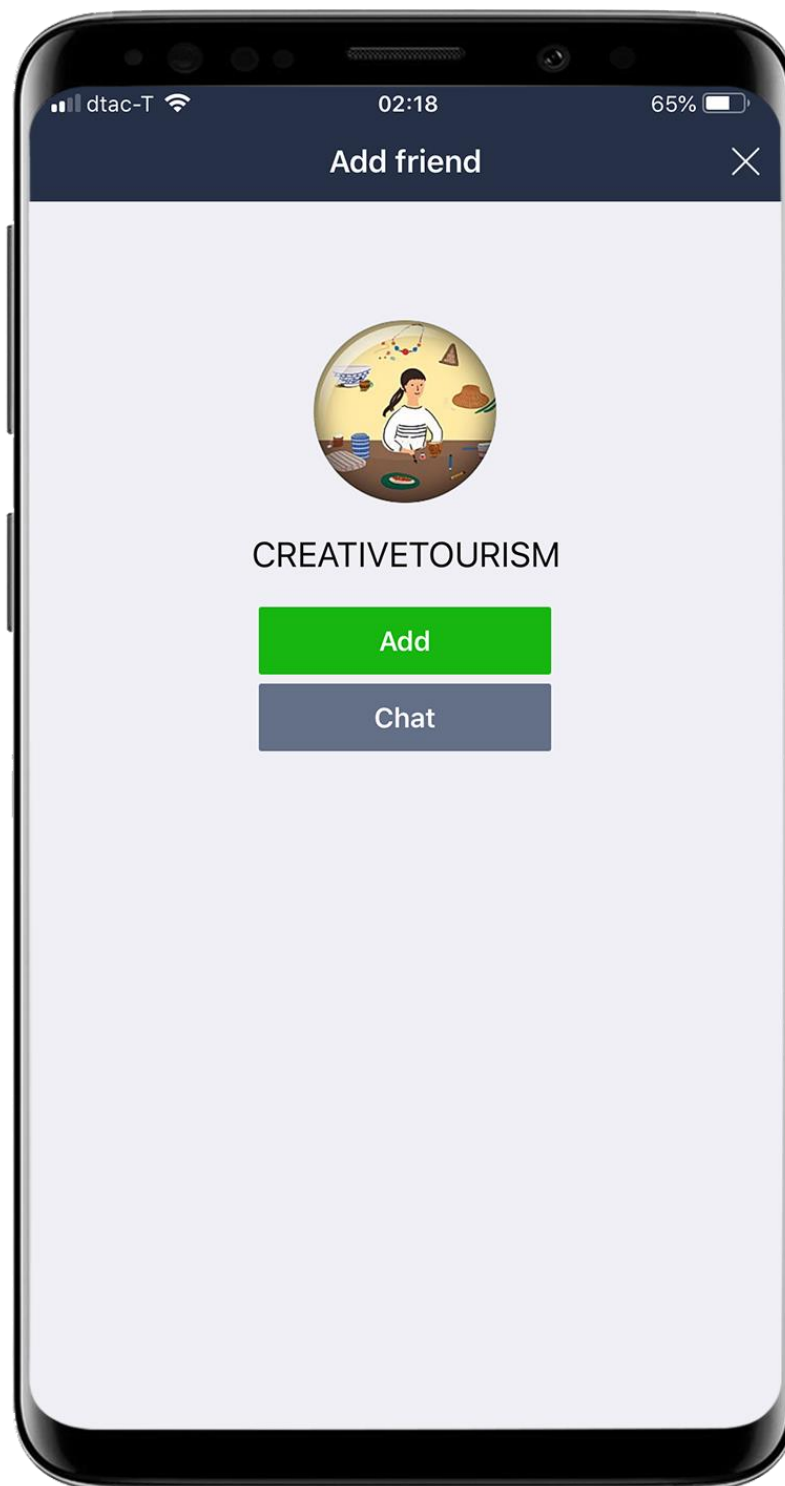
          

เนื้อหาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

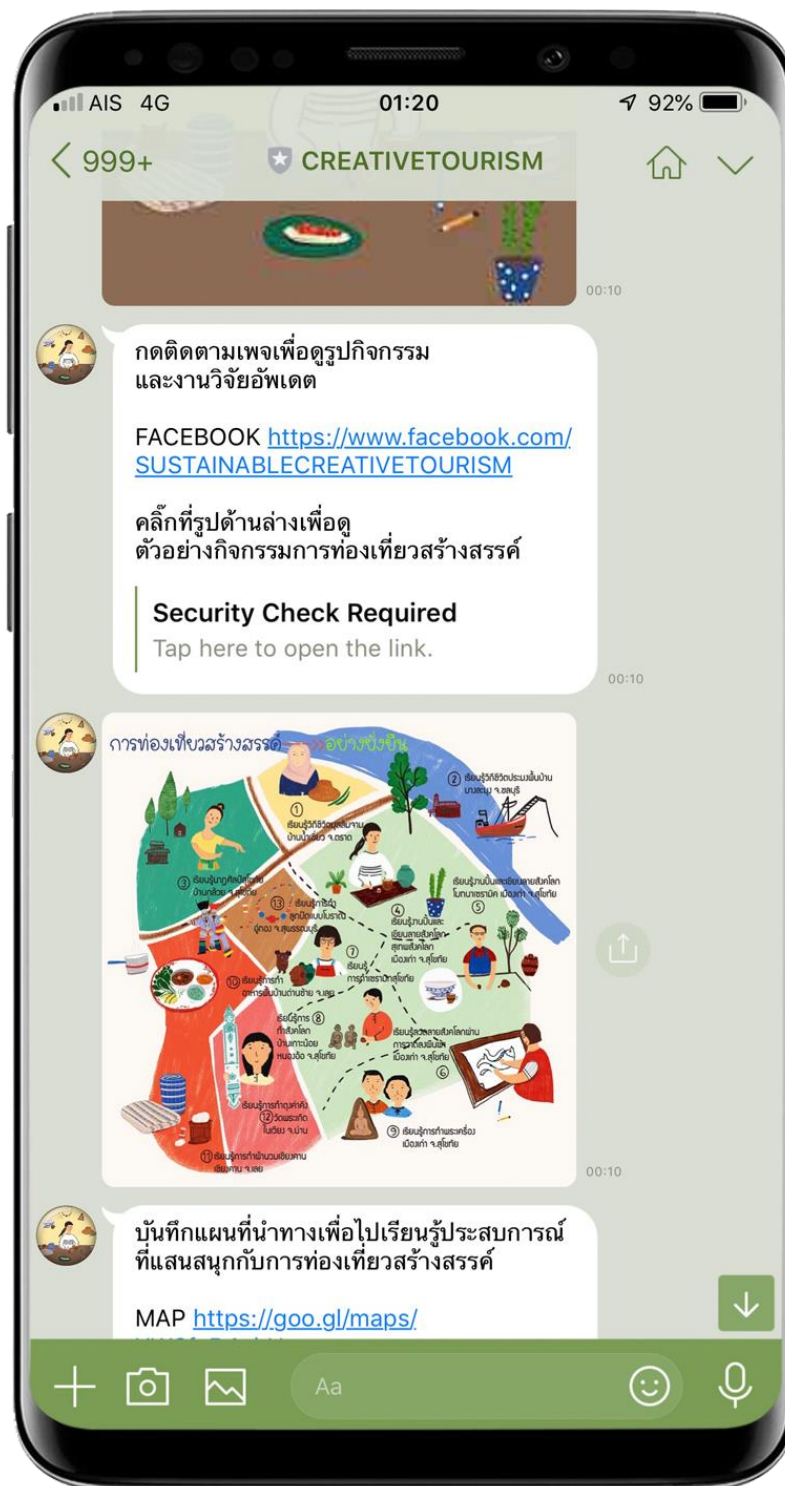
องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม ข้อ 33 – 36



ผลการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และ  
นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ผลการประเมินจะแสดงชื่อแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
วัน-เวลาที่ประเมิน ค่า AQI ค่า PM2.5 และผลการประเมินแบบ Spider Diagram  
องค์ประกอบทั้ง 8 ด้านเฉพาะบุคคล

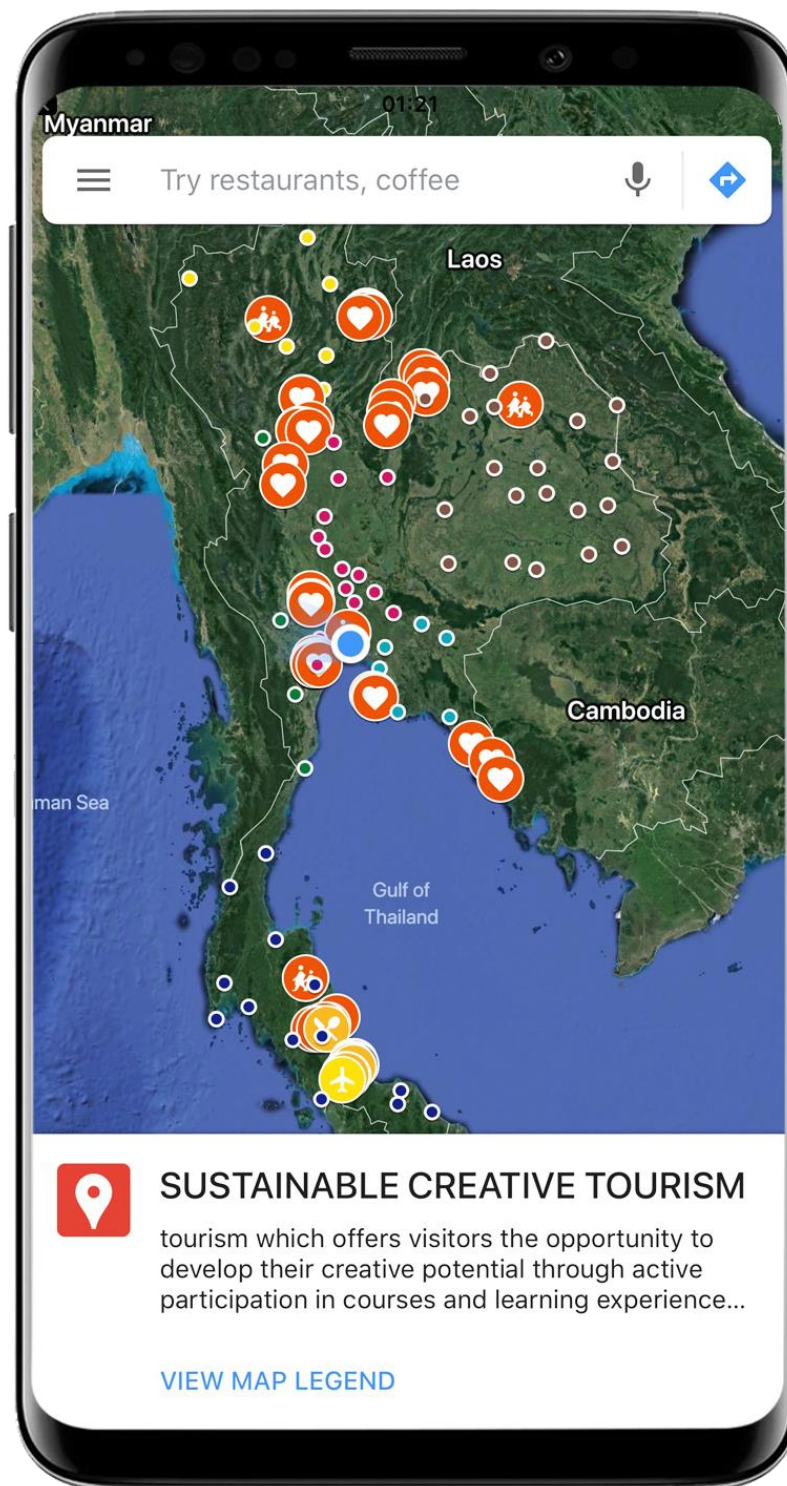


หลังเสร็จสิ้นการรายงานผลการประเมิน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และนักท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ จะเลือกปิดแอปพลิเคชัน หรือกดลิงค์เข้าสู่ไลน์แอดของ  
โครงการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

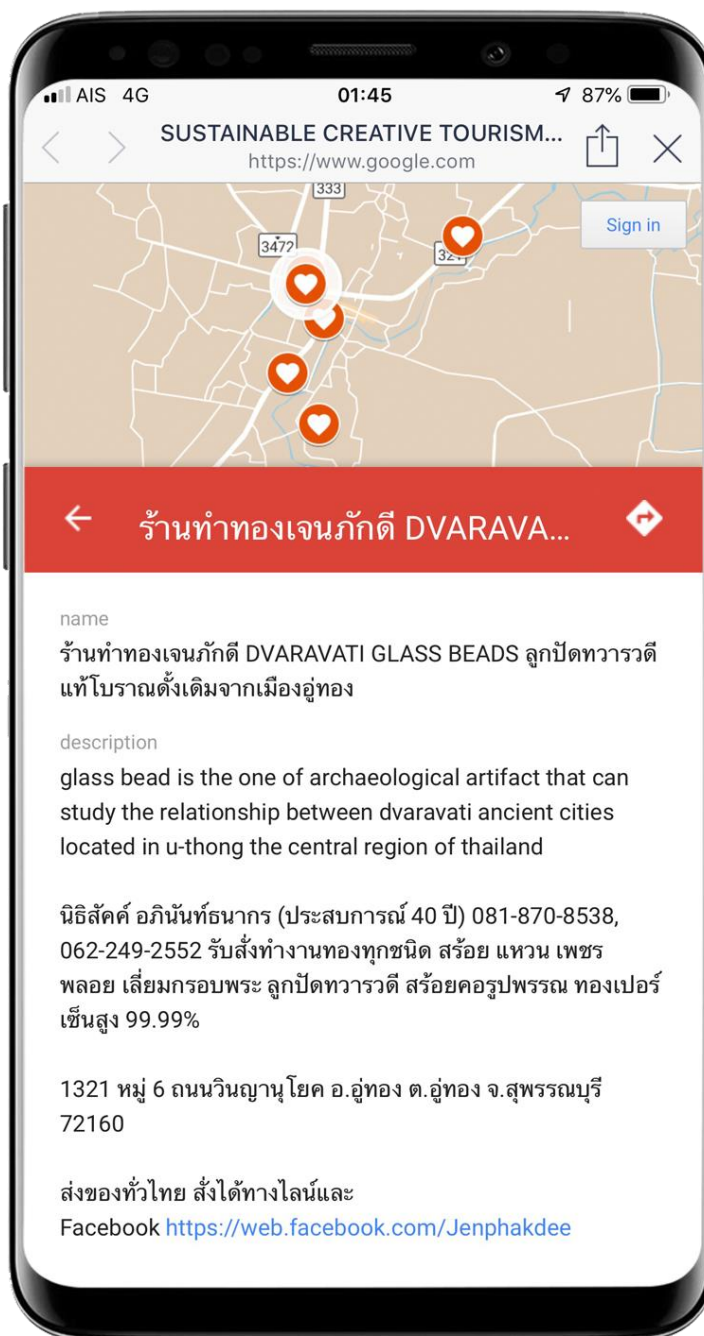


ข้อความต้อนรับของไลน์แอด จะมีลิงค์ไปยัง Facebook และ Sustainable Creative Tourism Google Map แผนที่นำทางแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ประเทศไทย

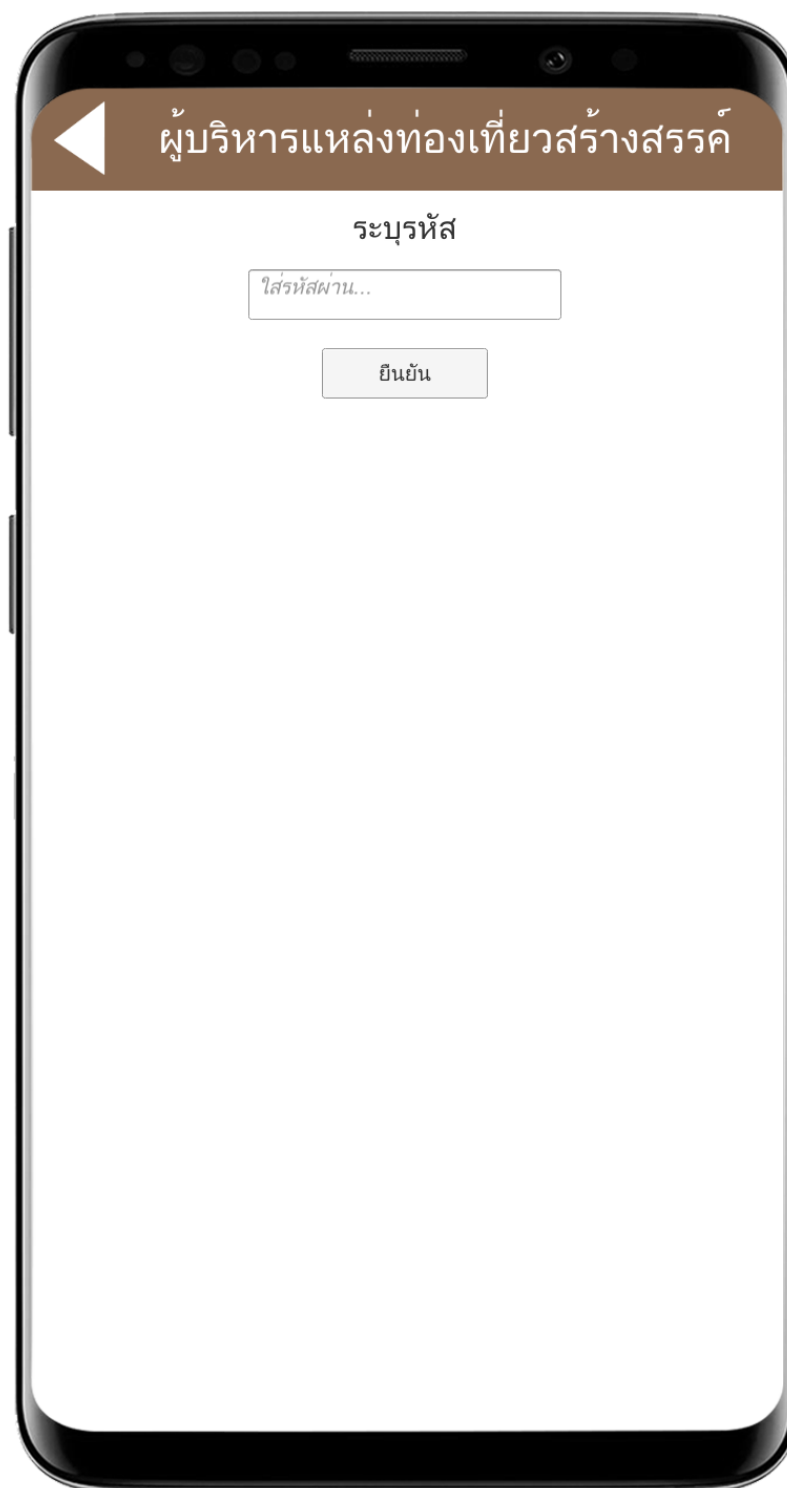




ลิงค์จากไลน์แอด @creativetourism เชื่อมโยงสู่แผนที่นำทางที่บันทึกถูกตำแหน่งละติจูด  
 ลองจิจูดโดยผู้วิจัย ในแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่ตั้งที่ถูกต้องของผู้ประกอบ  
 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์



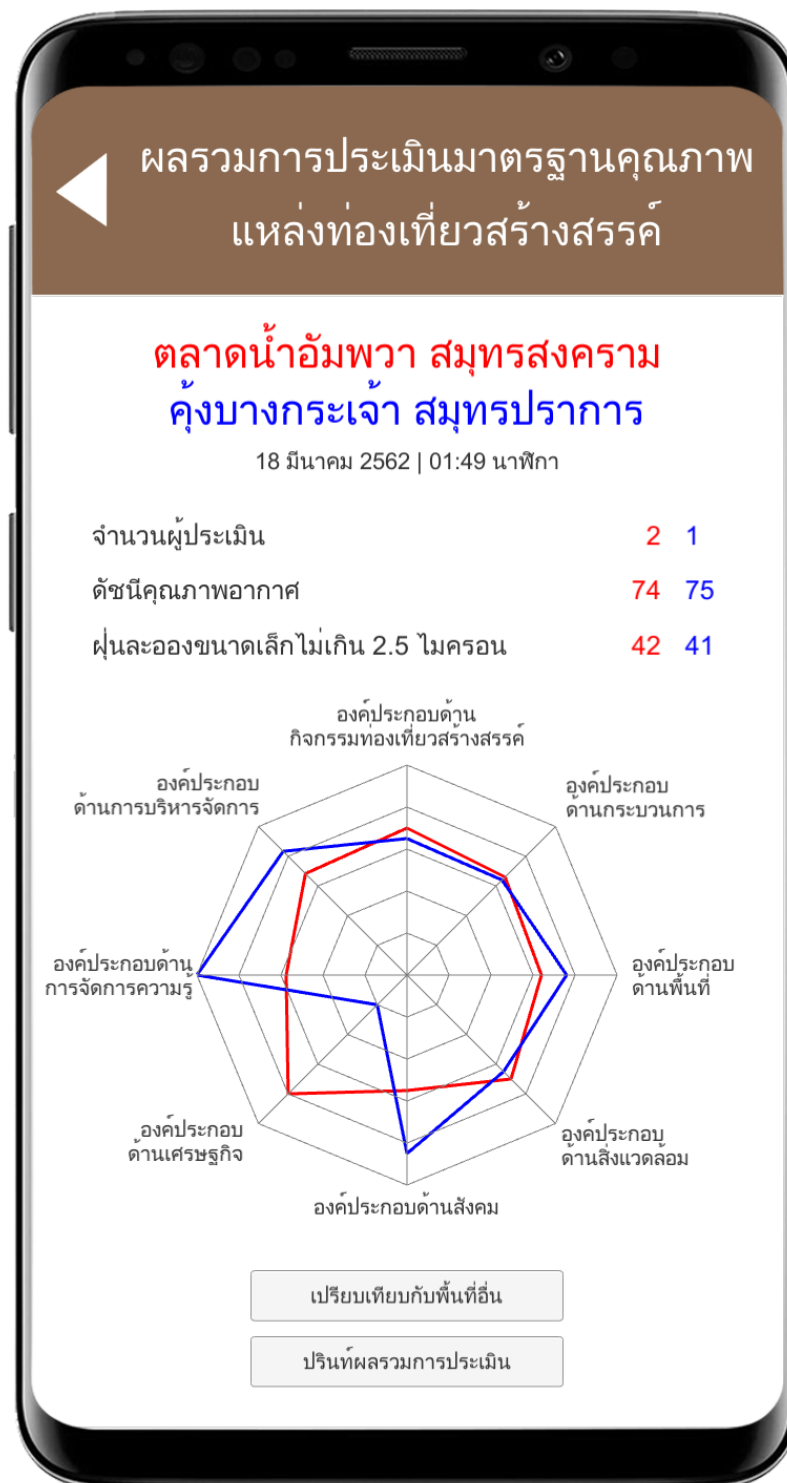
รายละเอียดจากแผนที่นำทาง ที่บอกรายละเอียดครบถ้วนของการติดต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยว  
สร้างสรรค์ ตลอดจนเบอร์โทรที่ถูกต้อง ละติจูดลองจิจูดที่ถูกต้อง ช่วยให้นักท่องเที่ยวไม่หลงทาง  
และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้โดยง่าย



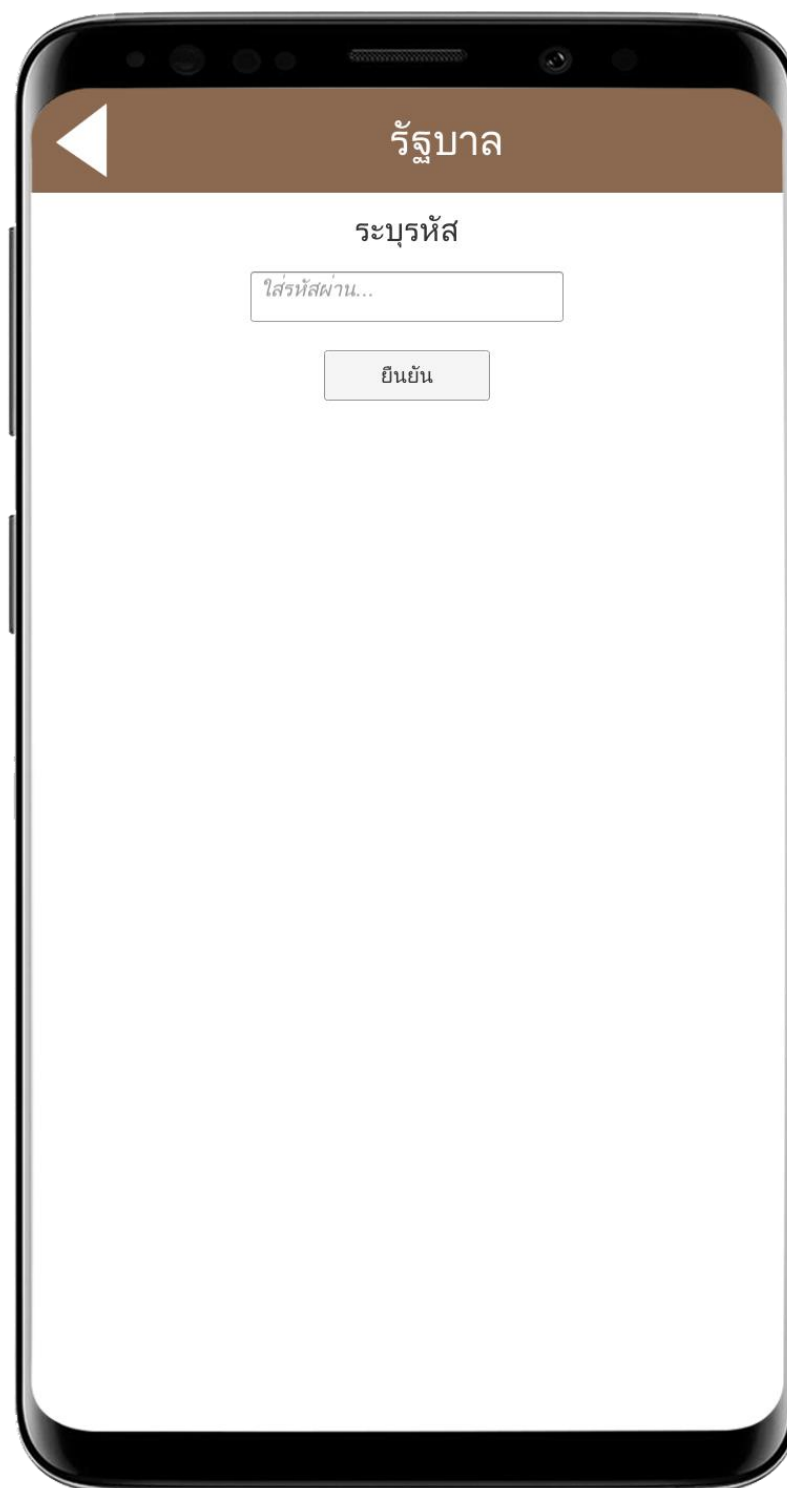
ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใส่รหัส เพื่อเข้าสู่ระบบ

เลือกประเมิน แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์	
ตลาดน้ำอัมพวา สมุทรสงคราม	AQI - 74 PM2.5 - 42
คังบางกระเจ้า สมุทรปราการ	AQI - 75 PM2.5 - 41
พัทยา ชลบุรี	AQI - 76 PM2.5 - 43
อารยธรรมล้านนา เมืองเก่า น่าน	AQI - 73 PM2.5 - 30
อุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย	AQI - 80 PM2.5 - 32
อารยธรรมลุ่มแม่น้ำโขง เลข	AQI - 75 PM2.5 - 35
เมืองโบราณ อุทอง สุพรรณบุรี	AQI - 92 PM2.5 - 28
การท่องเที่ยวอันดามัน และหมู่เกาะทะเลใต้	AQI - 80 PM2.5 - 25
อุทยานประวัติศาสตร์ ศรีสัชนาลัย	AQI - 72 PM2.5 - 35
อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร	AQI - 75 PM2.5 - 41

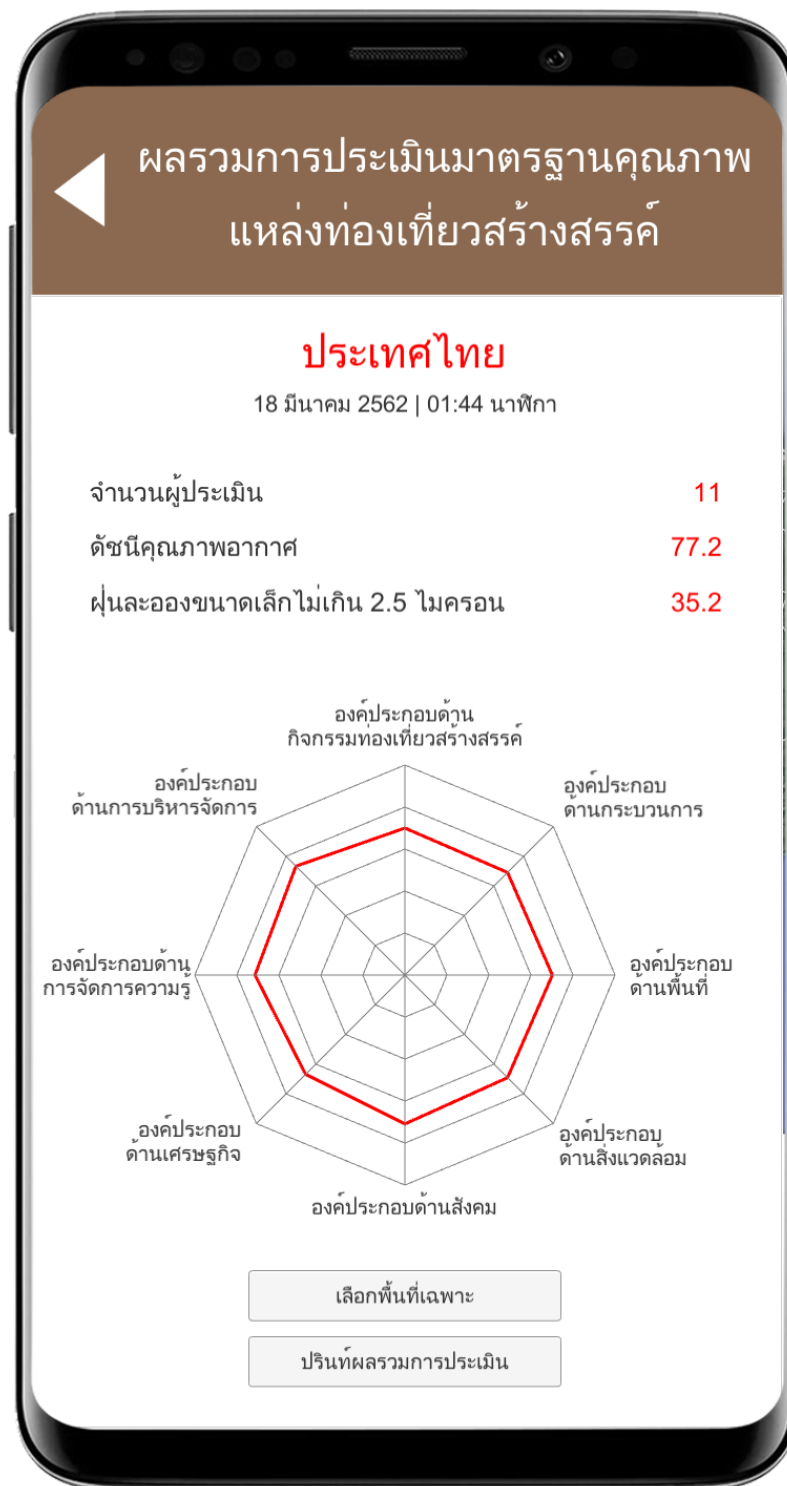
ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เลือกแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อเปรียบเทียบ



ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ดูผลรวมเปรียบเทียบของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
ที่คำนวณจากค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ประเมิน ดัชนีคุณภาพอากาศ AQI และค่า PM2.5 พร้อมทั้ง  
องค์ประกอบทั้ง 8 ของแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



รัฐบาล/หน่วยงานภาครัฐ ใส่รหัสเพื่อเข้าสู่ระบบ



รายงานผลรวมการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในระดับประเทศไทย



หน่วยงานภาครัฐ สามารถเลือกดูผลรวมเฉลี่ยของแต่ละพื้นที่เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์



	A	B	C	D
1	AR1	AR2	AR3	AR4
2		5	4	5
3		5	5	5
4		5	5	5
5		4	4	4
6		5	5	5
7		5	5	4
8		5	5	5
9		5	5	5
10		4	5	4
11		5	5	4
12		5	5	4
13		3	5	5
14		2	3	4
15		5	5	5
16		4	5	4
17		5	5	5
18		5	5	5
19		5	5	5
20		5	3	4
21		5	5	5
22		5	4	5
23		2	5	4
24		5	5	5

หรือกดพิมพ์ผลรวมการประเมินได้ในรูปแบบ Excel  
 หน่วยงานภาครัฐ สามารถกดพิมพ์ผลรายงานในรูปแบบ Excel



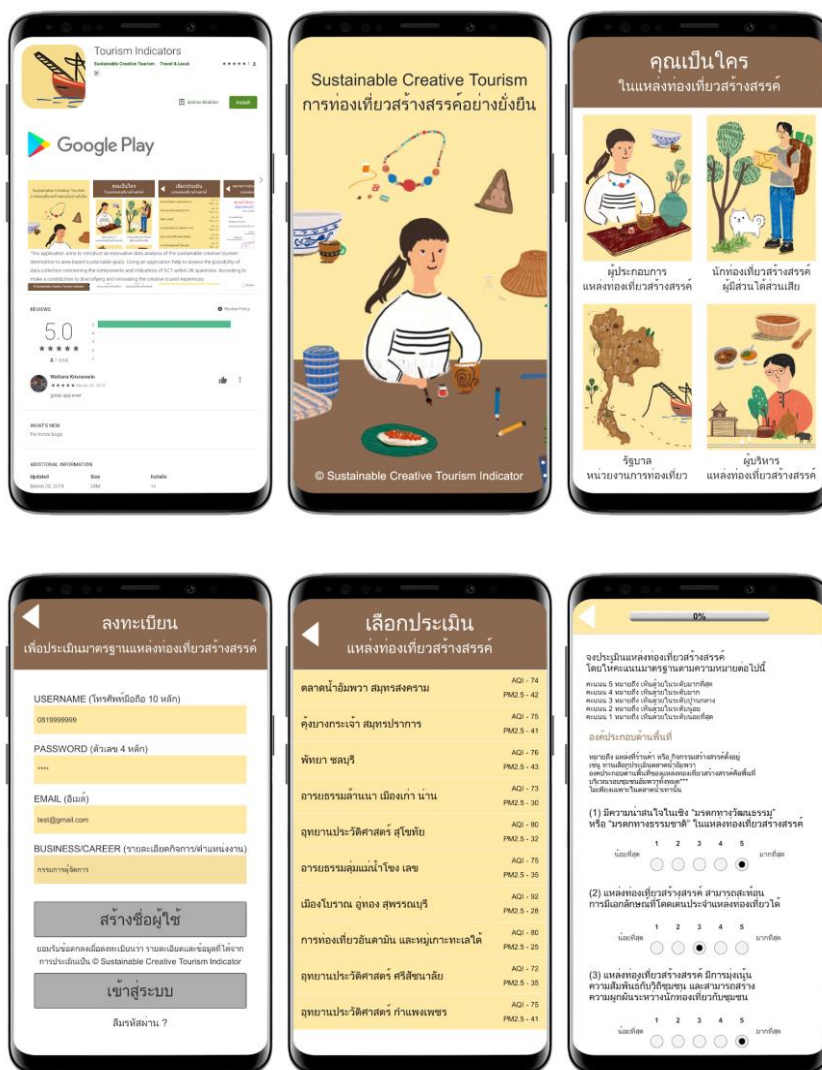
ภาคผนวก ฉ

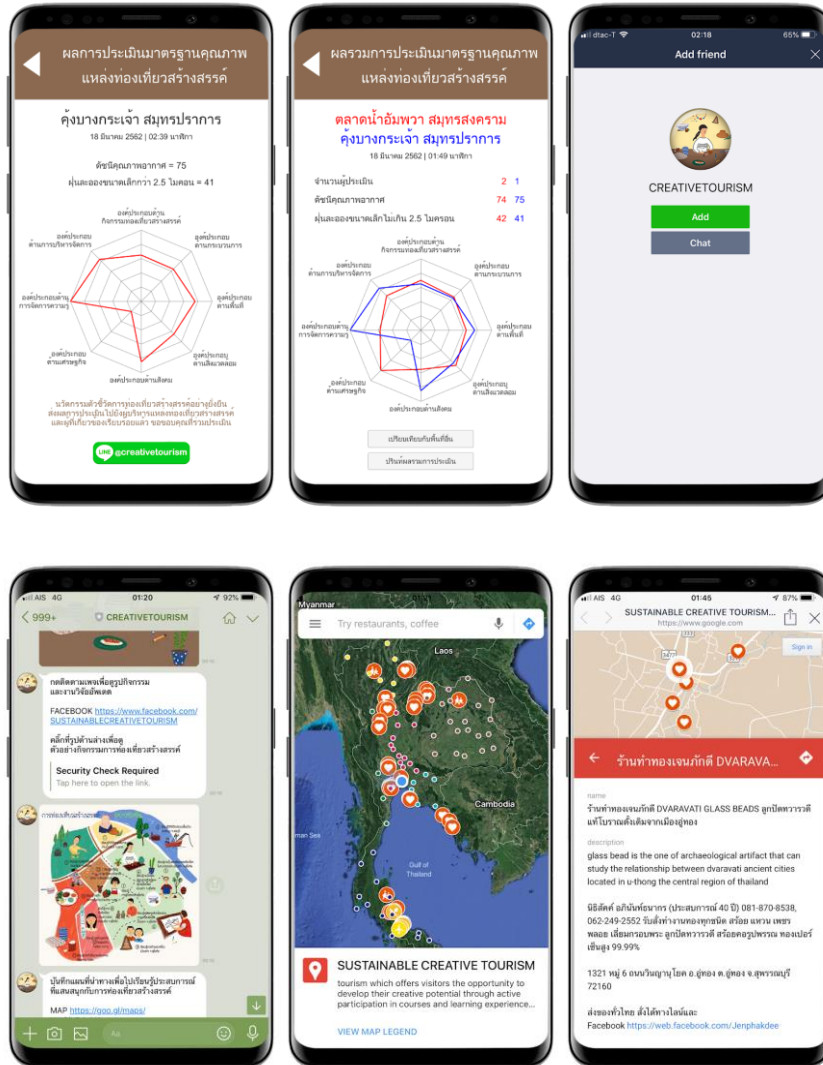
แบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมการประเมินศักยภาพนวัตกรรม Mobile Application

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## แบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

\* Required





### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application) ซึ่งผลที่ได้รับจากการประเมินในครั้งนี้ใช้ประกอบการวิจัยการพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยผลที่ได้จากการประเมินระบบนวัตกรรมการประเมินระบบนวัตกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทยต่อไป

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและทำการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในพื้นที่ของท่าน  
ก่อนเริ่มต้นทำแบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.SCT.TourismIndicators>

แบบสำรวจชุดนี้ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการทำงานของระบบ Sustainable Creative Tourism Indicators mobile application
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อประโยชน์ของระบบนวัตกรรม Sustainable Creative Tourism Indicators mobile application
- ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการนำระบบนวัตกรรม Sustainable Creative Tourism Indicators mobile application ไปเชิงพาณิชย์
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ต่อการปรับปรุงพัฒนาการนำระบบนวัตกรรม Sustainable Creative Tourism Indicators mobile application

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นางสาวจิตรลดา ศุภชัยมงคล  
นิสิตปริญญาเอกหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.SCT.TourismIndicators>

แบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน  
<https://drive.google.com/open?id=1C-owShbfvI8ociflZ4r8Sn9gzT9mLZpV5StPFf8q6s>

Line@ ID: @creativetourism  
<https://line.me/R/ti/p/%40creativetourism>

Facebook:  
<https://www.facebook.com/sustainablecreativetourism>

Map:  
<https://goo.gl/maps/YW8fvB4nhUj>

## นิยามคำสำคัญและคำศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเรื่องราวการเข้าถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิต และมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้ ตลอดจนได้รับประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของแหล่ง อีกทั้งยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่สำคัญในพื้นที่หรือชุมชนนั้น

ความยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคมของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุดหรือไม่เลย

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งการจำหน่ายสินค้า บริการ หรือการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือผู้มาใช้บริการกิจกรรมต่าง ๆ ที่

**แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์จัดขึ้น**

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น สมาชิกชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ไกด์นำเที่ยว เป็นต้น

รัฐบาลหน่วยงานท่องเที่ยว หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรม การสนับสนุนงบประมาณ และการสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นต้น

ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง ผู้บริหารองค์กรท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ผู้นำชุมชน กรรมการบริหารกลุ่มท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว



**นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจและในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว

**คุณสมบัติของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

- ♥ ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
- 🗨 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์
- 🏠 แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วม
- 👤 เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม
- 🌱 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรียนรู้ประสบการณ์
- 🌿 มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทาง วัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่
- 📍 การท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง

### การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**ชม - ชิม - แะ - ช้อป**

**นักท่องเที่ยว**

- เป็นเพียงผู้ชม อยู่ห่างๆ และถ่ายภาพ
- ยินชมการสาธิต และซื้อของที่ระลึก
- ไม่ได้ร่วมทำกิจกรรม
- ไม่เกิดความผูกพันหรือการมีส่วนร่วมที่ชุมชน

**ชุมชน**

- นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเฉพาะช่วงที่มีการจัดงานหรือเทศกาล
- นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม
- เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่ยั่งยืน ชุมชนไม่ได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่

**การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (เขียนผู้ดูแลจริง ลงมือทำ)** เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวหน้าที่แท้จริงของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมลงมือทำกิจกรรมกับชุมชนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชน ในสถานที่จริง แต่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ชม ชิม แะ ช้อป) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแต่การชมวัฒนธรรมของชุมชน



### การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**เรียนรู้- ดูแลจริง - ลงมือทำ**


**นักท่องเที่ยว**

- มีส่วนร่วมและลงมือทำกิจกรรมเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ร่วมกับชุมชน
- พัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำด้วยตัวเอง
- ขุดคุ้ยเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวกับคนในชุมชน
- เกิดความประทับใจ ความผูกพันที่ดีกับชุมชน

**ชุมชน**

- นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
- ชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเอง
- เกิดความเข้มแข็งเพื่อรักษาตัวตนที่แท้จริง
- การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง





- 1 เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนจากบ้านน้ำจืด จ.ตราด
- 2 เรียนรู้วิถีชีวิตประมงพื้นบ้านบางละมุง จ.ชลบุรี
- 3 เรียนรู้แนวคิดปศุสัตว์ บ้านกักขัย จ.สุโขทัย
- 4 เรียนรู้งานปั้นและเขียนลายสีสดโลก (สหภาพสีสดโลก) เมืองเก่า จ.สุโขทัย
- 5 เรียนรู้งานปั้นและเขียนลายสีสดโลก (สหภาพสีสดโลก) เกาะตาเลียง จ.สุโขทัย
- 6 เรียนรู้ตลาดสายสีสดโลกผ่านกาชาดลงขันน้ำเมืองเก่า จ.สุโขทัย
- 7 เรียนรู้การทำขนมหมักสุโขทัย บ้านหลุม จ.สุโขทัย
- 8 เรียนรู้การทำสีสดโลกบ้านเกาะน้อยหนองอี จ.สุโขทัย
- 9 เรียนรู้การทำพระเครื่องเมืองสุโขทัย เมืองเก่า จ.สุโขทัย
- 10 เรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้านตำข้าวล้านช้าง จ.เลย
- 11 เรียนรู้การทำผ้าไหมนมเหลืองผานฝ้ายผาน จ.เลย
- 12 เรียนรู้การทำตุ๊กตาดิน รัชพระเจ็ดในเรียง จ.น่าน
- 13 เรียนรู้การทำลูกบิดแบบโบราณ อุบล จ.สุพรรณบุรี

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม

กรุณาเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

## 1. 1.1 เพศ \*

Mark only one oval.

- ชาย  
 หญิง

## 2. 1.2 อายุ \*

Mark only one oval.

- ต่ำกว่า 25 ปี  
 25-35 ปี  
 36-45 ปี  
 46-55 ปี  
 56-65 ปี  
 เกินกว่า 65 ปี

## 3. 1.3 ระดับการศึกษา \*

Mark only one oval.

- ประถมศึกษา  
 มัธยมศึกษาตอนต้น  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
 อนุปริญญา/ปวส.  
 ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี  
 Other: \_\_\_\_\_

## 4. 1.4 ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล \*

Mark only one oval.

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
 นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
 ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว  
 เจ้าของ/ผู้บริหาร แหล่งท่องเที่ยว/ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์  
 Other: \_\_\_\_\_



## 5. 1.5 แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ ไม่แน่ใจโปรดระบุจังหวัด \*

Mark only one oval.

- กรุงเทพมหานคร
- ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)
- ภาคเหนือ
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภาคตะวันออก
- ภาคใต้
- Other: \_\_\_\_\_

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อระบบ Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application

คะแนน 5 หมายถึง พอใจในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง พอใจในระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง พอใจในระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง พอใจในระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง พอใจในระดับน้อยที่สุด

### 2.1 ด้านความสามารถของระบบ

## 6. 2.1.1 ระบบมีความน่าเชื่อถือและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 7. 2.1.2 การเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูล สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 8. 2.1.3 การประมวลผลมีความรวดเร็วถูกต้อง \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 9. 2.1.4 การรายงานผลมีความถูกต้องเหมาะสม \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 10. 2.1.5 การรายงานผลสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจและบริหารจัดการได้ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 2.2 ด้านการออกแบบและจัดรูป

---

## 11. 2.2.1 เนื้อหามีความชัดเจน ถูกต้อง และเข้าใจง่าย \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 12. 2.2.2 เนื้อหาเพียงพอต่อการสนับสนุนการตัดสินใจ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 13. 2.2.3 การจัดหมวดหมู่ของเมนูการทำงาน และเนื้อหาที่มีความเหมาะสม \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 14. 2.2.4 เนื้อหาที่มีความเหมาะสมต่อการนำไปประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 2.3 ด้านการรักษาความปลอดภัยและการกำหนดสิทธิการใช้งาน

### 15. 2.3.1 การกำหนดข้อมูลผู้ใช้งานมีความเหมาะสม \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 16. 2.3.2 การกำหนดรหัสผู้ใช้และรหัสผ่าน เข้าใจง่ายและมีความถูกต้อง \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 17. 2.3.3 การกำหนดสิทธิการใช้งาน มีความถูกต้องเหมาะสม \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 18. 2.3.4 การจัดเก็บข้อมูลและรักษาความลับของข้อมูลมีความถูกต้องและปลอดภัย \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของท่านต่อประโยชน์ของระบบนวัตกรรม

- คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด  
 คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก  
 คะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง  
 คะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย  
 คะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

### 3.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ของระบบนวัตกรรม

19. 3.1.1 ระบบนวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการ วางแผนและสนับสนุนการตัดสินใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

20. 3.1.2 ระบบนวัตกรรมนี้ช่วยให้ทราบจุดแข็งจุดอ่อน ของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

21. 3.1.3 ระบบนวัตกรรมนี้ช่วยให้เกิดความร่วมมือในการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนร่วมกันได้ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 3.2 ด้านการสนับสนุนต่อทรัพยากรและข้อมูล

22. 3.2.1 ข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจมีความเหมาะสม \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

23. 3.2.2 แหล่งที่มาของข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 24. 3.2.3 ระบบรองรับการทำงานบนอุปกรณ์มือถือได้เหมาะสม \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 3.3 ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน

---

## 25. 3.3.1 ท่านรู้สึกชอบนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 26. 3.3.2 ท่านเชื่อว่าระบบนวัตกรรมนี้สามารถนำไปใช้งานได้จริง \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 27. 3.3.3 ท่านเชื่อว่าระบบนวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้บริหารกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

## 28. 3.3.4 ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการรักษาความลับของข้อมูลผู้ใช้ \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 3.4 ด้านความตั้งใจใช้งานระบบนวัตกรรม

---

29. 3.4.1 ท่านมีความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

30. 3.4.2 ท่านจะมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวอื่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้บริหารชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในการใช้งานระบบ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

31. 3.4.3 ท่านจะแนะนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินระบบมาใช้ปรับปรุง หรือนำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืน \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

### 3.5 ด้านการยอมรับและการใช้งานระบบนวัตกรรม

32. 3.5.1 ท่านยอมรับการทำงานของนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

33. 3.5.2 ท่านมีความสนใจในการทำงานของระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

34. 3.5.3 ท่านอยากให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ / ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์นำนวัตกรรมประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ไปใช้ในการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

35. 3.5.4 ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งานระบบนวัตกรรมการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) \*

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อแนวทางการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

36. 4.1 ถ้าหากนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ท่านคิดว่ารูปแบบใดเหมาะสมที่สุด \*

Check all that apply.

- ให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
- ให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
- ให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการดูข้อมูลและศึกษาศักยภาพเพื่อส่งเสริมหรือปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ให้กลุ่มผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ใช้ในการดูข้อมูลและศึกษาศักยภาพเพื่อส่งเสริมหรือปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ให้ผู้สนับสนุนทางการเงินนำระบบไปใช้งานในจัดการข้อมูลศึกษาศักยภาพประกอบการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- Other: \_\_\_\_\_

กลุ่มผู้ใช้: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

37. 4.2 หากนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ถูกนำไปใช้และมีการคิดค่าธรรมเนียมท่านคิดว่าควรคิดค่าธรรมเนียมแบบใดเหมาะสมที่สุด \*

Mark only one oval per row.

	ควรคิดค่าธรรมเนียม	ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียม
4.2.1 ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสังกัด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.2 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสังกัด ในภาพรวม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.3 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่สนใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### กลุ่มผู้ใช้: นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์

38. \*

Mark only one oval per row.

	ควรคิดค่าธรรมเนียม	ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียม
4.2.4 ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.5 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสนใจในภาพรวม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### กลุ่มผู้ใช้: ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

39. \*

Mark only one oval per row.

	ควรคิดค่าธรรมเนียม	ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียม
4.2.6 ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสังกัด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.7 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสังกัด ในภาพรวม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.8 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่สนใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### กลุ่มผู้ใช้: ผู้บริหาร / ผู้นำชุมชนแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์



40. \*

Mark only one oval per row.

	ควรคิดค่าธรรมเนียม	ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียม
4.2.9 ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนสังกัด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.10 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนรับผิดชอบในภาพรวม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.11 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่สนใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### กลุ่มผู้ใช้: หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์

41. \*

Mark only one oval per row.

	ควรคิดค่าธรรมเนียม	ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียม
4.2.12 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ตนรับผิดชอบในภาพรวม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.13 ดูข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่สนใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. 4.3 หากนวัตกรรมระบบการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ถูกนำไปใช้ ท่านคิดว่า รูปแบบการพัฒนาเชิงพาณิชย์แบบใดเหมาะสมที่สุด \*

Mark only one oval.

- การขายสิทธิ์ให้แก่บริษัทหรือหน่วยงานที่สนใจนำไปใช้ (Selling)
- การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์โดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-exclusive licensing) ให้แก่หน่วยงานหรือองค์กร(หลายองค์กร) ที่สนใจ
- อนุญาตให้ใช้สิทธิ์โดยเด็ดขาด (Exclusive licensing) ให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรหนึ่งที่สนใจ
- Other: \_\_\_\_\_

### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระบบนวัตกรรม

43. ท่านอยากให้มีการปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมระบบ การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism mobile application) ส่วนใดบ้าง

---



---



---



---



---



ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้  
กตติตตามเพจเพื่อดูรูปกิจกรรมและงานวิจัยอัปเดตในการพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

Sustainable Creative Tourism Indicators Mobile Application:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.SCT.TourismIndicators>

แบบสำรวจการยอมรับการใช้นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน  
<https://drive.google.com/open?id=1C-owShbfvI8ociflZ4r8Sn9gzT9mLZpV5StPFf8q6s>

Line@ ID: @creativetourism  
<https://line.me/R/ti/p/%40creativetourism>

Facebook:  
<https://www.facebook.com/sustainablecreativetourism>

Map:  
<https://goo.gl/maps/YW8fvB4nhUy>



ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการยืนยันตัวชี้วัดและโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน  
และแบบสำรวจความคิดเห็นด้านราคาของนวัตกรรม Mobile Application

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



**ตอนที่ 2 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน**

- 1) ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในประเทศไทย ยังประสบปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านใดบ้าง และควรแก้ปัญหาอย่างไร
- 2) ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สามารถช่วยยกระดับการแข่งขันอย่างยั่งยืนอย่างไร และช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างไร ท่านต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาในบริบทประเทศไทยให้ยั่งยืนได้อย่างไร
- 3) ท่านคิดว่าตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อยกระดับการแข่งขันอย่างยั่งยืนควรมีคุณลักษณะใด และตัวบ่งชี้การชี้วัดใดบ้าง ที่สอดคล้องกับบริบทในประเทศไทย

**ตอนที่ 3 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน**

เอกสารที่เกี่ยวข้อง: งานวิจัยตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติ “Development of Mobile Application for Sustainable Creative Tourism Assessment using Confirmatory Factor Analysis”

- 1) ท่านมีข้อคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโมเดลตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**ตอนที่ 4 แอปพลิเคชันนวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน**

เอกสารที่เกี่ยวข้อง: เอกสารการออกแบบระบบประเมิน และคู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

- 1) ท่านมีข้อคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการออกแบบระบบประเมินและคู่มือการใช้แอปพลิเคชันนวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 2) ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหรือไม่ อย่างไร
- 3) ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์หรือไม่ อย่างไร
- 4) ท่านมีความสนใจ\*\*\*

- ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างโครงการนวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในการประชาสัมพันธ์ร่วมกันในเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้ยั่งยืน
- ชื่อลิขสิทธิ์นวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในช่วงราคา \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ บาท
- พัฒนานวัตกรรมตัวชี้วัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนร่วมกัน และพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์อื่นๆ ในช่วงราคา \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้ \_\_\_\_\_
-



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

CHITRALADA SUPHACHAIMONGKOL

ผลงานตีพิมพ์

SUPHACHAIMONGKOL, C., RATANATAMSKUL, C.,

SILAPACHARANAN, S., & UTISWANNAKUL, P. (2019).

DEVELOPMENT OF MOBILE APPLICATION FOR SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM ASSESSMENT USING CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS APPROACH. INTERNATIONAL JOURNAL OF INTERACTIVE MOBILE TECHNOLOGIES (IJIM), 13(6), 27-40.

SUPHACHAIMONGKOL, C., RATANATAMSKUL, C.,

SILAPACHARANAN, S., & UTISWANNAKUL, P. (2019). THE

CONCEPTUAL FRAMEWORK OF SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM INDICATOR. PROCEEDING OF THE UNIVERSAL ACADEMIC CLUSTER INTERNATIONAL MARCH CONFERENCE, 111-122.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY