



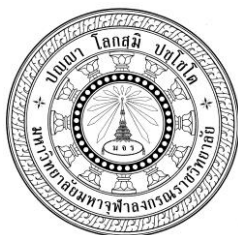
การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด
นครสวรรค์

DEVELOPING MODEL OF CREATIVE COMMUNITY-BASED TOURISM
MANAGEMENT IN NAKHONSAWAN PROVINCE

นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ

ดุชนีพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๒



การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด
นครสวรรค์

นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ

ดุชนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๒

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Developing Model of Creative Community-based Tourism Management
in Nakhonsawan Province

Miss Rattiya Nuaamnat

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of
Doctor of Philosophy
(Public Administration)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

C.E. 2019

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้นับคุษฎีนิพนธ์เรื่อง
“การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

.....
(พระมหาสมบุรณ์ วุฑฒิโกโร, ดร.)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบคุษฎีนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รศ.พล.ท. ดร.วีระ วงศ์สรรค์)

..... กรรมการ
(รศ.วิชัย ธรรมชอบ)

..... กรรมการ
(พระเทพปริยัติเมธี, รศ.ดร.)

..... กรรมการ
(ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย)

..... กรรมการ
(รศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม)

คณะกรรมการควบคุมคุษฎีนิพนธ์

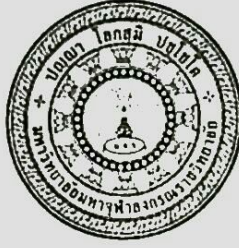
พระเทพปริยัติเมธี, รศ.ดร. ประธานกรรมการ

ชื่อผู้วิจัย

.....
(นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ)

ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย

กรรมการ



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้นับดุชฎินิพนธ์
เรื่อง "การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์"
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

(พระมหาสมบุรณ์ วุฑฒิกโร, รศ.ดร.)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบดุชฎินิพนธ์

(รศ.พล.ท ดร.วีระ วงศ์สรรค์)

ประธานกรรมการ

(รศ.วิชัย ธรรมชอบ)

กรรมการ

(พระเทพปริยัติเมธี, รศ.ดร.)

กรรมการ

(ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย)

กรรมการ

(รศ.ดร.สุรพล สุธะพรหม)

กรรมการ

คณะกรรมการควบคุมดุชฎินิพนธ์

พระเทพปริยัติเมธี, รศ.ดร.
ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย

ประธานกรรมการ

กรรมการ

ชื่อผู้วิจัย

(นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ)

- ชื่อคุณูปนิพนธ์** : การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครสวรรค์
- ผู้วิจัย** : นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ
- ปริญญา** : ปรัชญาคุณูปบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)
- คณะกรรมการควบคุมคุณูปนิพนธ์**
- : พระเทพปริยัติเมธี (ฐิตพัฒน์ สิริธโร) รศ.ดร., ป.ธ.๙, น.บ., กศ.ม.
(บริหารการศึกษาศึกษา), พธ.ด. (พระพุทธศาสนา), พธ.ด. (รัฐประศาสน
ศาสตร์)
 - : ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย, น.บ.(กฎหมาย) ร.บ. (รัฐศาสตร์),
น.ม. (กฎหมายแรงงาน), ร.ม. (การปกครอง), อ.ม. (ปรัชญา), รป.ด. (รัฐ
ประศาสนศาสตร์)
- วันสำเร็จการศึกษา** : ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๒

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. วิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการ
จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ๒. สังเคราะห์ตัวแบบจำลองการ
จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และ ๓. พัฒนาตัวแบบการจัดการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ สุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก
หมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
จำนวน ๓๖ หมู่บ้าน โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ๕ กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว
ประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา และแหล่ง
ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน จำนวน ๕๐๐ คนจากประชากรทั้งหมด จำนวน ๒,๗๓๓ คน สุ่มกลุ่ม
ตัวอย่างอย่างง่ายโดยวิธีจับสลาก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ
เท่ากับ ๐.๙๘๑ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติพรรณนา
ที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการ
วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างและการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูล
สำคัญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๒๗ รูป/คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างซึ่งมีค่าดัชนีความ
ตรงตามเนื้อหาเท่ากับ ๑ และวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นตัวแบบจำลองและ
ประเมินผลด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์โดย
ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๘ รูป/คน ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์อยู่ในระดับมาก-มากที่สุด

ทุกด้าน และวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

๑. ปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีความสอดคล้องของกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาได้จากค่าสถิติ ไค-สแควร์ เท่ากับ ๔๗.๘๖ df เท่ากับ ๓๗ p เท่ากับ .๑๐๙ GFI เท่ากับ .๙๙ AGFI เท่ากับ .๙๕ RMR เท่ากับ .๐๑๓ และ RMSEA เท่ากับ .๐๒๕ ค่าตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ ๙๘

๒. การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ ๑ หัวใจของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมทำรู้จัก ตระหนักคุณค่า พัฒนาสร้างสรรค์ และจัดการชุมชน องค์ประกอบที่ ๒ เครื่องมือการจัดการท่องเที่ยว โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องจัดการผ่านเครื่องมือ PTM ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม (Participation) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) และการตลาด (Market) และองค์ประกอบที่ ๓ เครื่องกำกับใจ ประกอบด้วย ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล-อิทธิบาทธรรม ระดับผู้นำ-หัตถิยาปาปนิกรรม และระดับชุมชน-สาราณียธรรม โดยธรรมทั้งหลายเป็นเครื่องกำกับจากภายในจิตใจ

๓. การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT=REALITYS ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือส่วนที่ ๑ แปรเหลี่ยม คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีองค์ประกอบ ๘ ด้าน ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน ประกอบด้วย ชุมชน เครือข่าย/ผู้ประกอบการ ภาครัฐ นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ ประกอบด้วยด้านที่ ๑ ศักยภาพด้านพื้นที่ ประกอบด้วย REALR-Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ E-Experiencing ร่วมทำรู้จัก A-Appreciating ตระหนักคุณค่า L-Lifelong Learning พัฒนาสร้างสรรค์ ด้านที่ ๒ ศักยภาพด้านการจัดการ ประกอบด้วย ITI-T-Technology การใช้เทคโนโลยี และด้านที่ ๓ ศักยภาพด้านคน ประกอบด้วย YS-Young Blood การสืบสาน รักษา และต่อยอด และ S- Service Mind การบริการด้วยใจ กลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก รับ รอ และรา

Dissertation Title : Developing Model of Creative Community-based Tourism Management in Nakhonsawan Province

Researcher : Miss Rattiya Nuaamnatt

Degree : Doctor of Philosophy (Public Administration)

Dissertation Supervisory Committee

: Phratheppariyatimethi (Thitabaḍh Siridharo) Assoc. Prof. Dr., Pali IX, LL.B., M.A. (Educational Administration), Ph.D. (Buddhist), Ph.D. (Public Administration)

: Prof. Pol.Lt.Gen.Dr.Naiyana Kerdvichai, LL.B. (Laws), B.A. (Political Science), LL.M. (Public Law), M.Pol.Sc. (Politics and Governmets), M.A. (Philosophy), D.P.A. (Public Administration)

Date of Graduation : October 10, 2019

Abstract

Objectives of this research were: 1 to analyze the causal relationship of the creative community-based tourism and the empirical data 2 to synthesize a model of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province and 3 to develop a model of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province

Methodology was the mixed methods: The quantitative research surveyed the samples from the 36 target villages that conducted the creative community-based tourism of the Department of Community Development Ministry of Interior dividing into 5 groups: Natural tourism cultural tourism way of life tourism religious tourism and ancient and historical tourism. The sample size was 470 samples derived from the populations of 2733 people by simple random by lots drawing and collected data with questionnaires that had confidence level at 0.981 and analyzed data by social research program. The descriptive statistics used were frequency percentage mean and standard deviation and hypothesis test structural model analysis The qualitative research collected data from 27 key informants with structured in-depth-interview transcript that had validity level at 1 and SWOT analysis to create a model that was evaluated for correctness appropriateness and practicality by 8 experts in tourism. The result was at high and highest level in all aspects. The TOWS Matrix was also analyzed to create the

management model of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province and data was also analyzed by descriptive interpretation

Findings were as follows:

1. Causal model of the creative community-based tourism coincided with the empirical data considering from the statistics of chi-square equaling to 47.86 df equaling to 37 p equaling to .109 GFI equal to .99 AGFI equaling to .95 RMR equaling to .013 and RMSEA equaling to .025. The values of all variables in the model can explain the deviation of the creative community-based tourism by 98 percent.

2. The synthesis management model of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province consisted of 3 components: Component 1; the heart of the creative community-based tourism management in Nakhonsawan Province consisted of exchange learning cooperation knowing acknowledge value development creation and community management. Component 2; the tool of management of the creative community-based tourism needed to be done through PTM tool consisting of participation tourism resources and marketing. Component 3; mind control mechanism consisting of 3 levels personal level is Itthipadhadhamm leaders level is Tutiyaapanikadhamma and community level is Saraniyadhamma. All dhdamma are the controlling mechanism from within mind.

3. Developing Model of Creative Community-based Tourism Management in Nakhonsawan Province: CCBT=REALITYS consisted of 3 parts; Part 1 Octagon; the management of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province consisted of 8 sides. Part 2 consisted of pentagon people participating in the management of the creative community-based tourism in Nakhonsawan Province consisted of 5 groups: community network entrepreneur state agency tourists and mass media. Part 3 capability in 3 areas with 8 components consisting of area 1 area capability consisting of REALR: Reciprocating exchange learning. Experiencing cooperating knowing Appreciating acknowledging values Lifelong learning development creation. Area 2 Management capability consisting of ITI: Technology using capability and Area 3 Human capability consisting of YS: Young blood; heritage maintaining and extending and Service mind giving service with heart and 4 R's strategy: proactive act receiving waiting and departing.

กิตติกรรมประกาศ

ดุชฎินิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคล ภาคส่วนราชการและภาคประชาชนซึ่งผู้มีพระคุณ ท่านแรกที่ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณคือ พระเทพปริยัติเมธี, รศ., ดร. รองอธิการบดี วิทยาเขตนครสวรรค์ ผู้เปี่ยมด้วยเมตตาที่รับเป็นประธานกรรมการและให้แนวคิดมุมมอง คอยเติมเต็มแรงผลักดัน รวมถึงเสียสละเวลาให้คำปรึกษารวมทั้งได้ตรวจสอบแก้ไขดุชฎินิพนธ์ฉบับนี้ ท่านที่สอง คือ ศ.พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกิดวิชัย หรือ อ.แม่ ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ ตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน และยังให้ความเมตตาารับเป็นกรรมการควบคุมดุชฎินิพนธ์ เพื่อให้ดุชฎินิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณ รศ.พล.ท.ดร. วีระ วงศ์สรรค์ ประธานคณะกรรมการ รศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม รศ.วิชัย ธรรมชอบ คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบป้องกันดุชฎินิพนธ์ที่เมตตาชี้แนะให้แก้ไขเนื้อหาที่บกพร่องให้เกิดความสมบูรณ์ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาช่วยตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร., พระราชรัตนเวที, ผศ.ดร., ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง, รศ.ดร.พฤทธ์สรรค์ สุทธิไชยเมธี, รศ.ดร.นันทิยา น้อยจันทร์, รศ.ดร.อุทัยวรรณ ภูเทศ, ผศ.ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือ้ง, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร และอาจารย์โอบอล รังสีมันตุชาติ ที่ให้ความเมตตาตรวจสอบข้อคำถาม ความถูกต้อง และความตรงตามหลักวิชาการ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงการแนะนำและเพิ่มเติมข้อคำถามบางประการเพื่อความชัดเจนและปรับข้อคำถามเพื่อความเกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัย รวมถึงพระสมนึก ธีรปถิโย ผู้ประสานงานที่ยอดเยี่ยม และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

นอกจากนั้นการวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากภาคส่วนราชการ ภาคเอกชน และชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลขอขอบพระคุณพี่เจี๊ยบจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ สำหรับข้อมูลรายงานต่าง ๆ ของจังหวัดเพื่อเป็นข้อมูลในการเขียนโครงร่างดุชฎินิพนธ์, ขอบพระคุณนายอำเภอรัฐพลนายอำเภอแก้วเขียว, ซ้อจำ, พี่อาทิตย์, อ.สุชาติ, นายกหนอ และพี่ชัยรัตน์ สำหรับประสบการณ์ตรงในการทำงาน คำแนะนำ และความเชื่อมั่นว่าดุชฎินิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่สังคม, ขอบพระคุณพี่ภาวิ พี่ชนัญญา พี่พัฒนศรี น้องกัลยาจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอที่อนุเคราะห์รายงานสถิติ คำแนะนำ ให้แนวทาง ข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้วิจัยเริ่มเขียนโครงร่างจนกระทั่งสำเร็จสมบูรณ์เป็นรูปเล่มขอขอบพระคุณก้านอำนาจ ผู้ใหญ่น้ำอ้อย ผู้ใหญ่เฉลิม น้องชัย ที่พาเดินสำรวจชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ ด้วยความภาคภูมิใจในพื้นที่ท่องเที่ยวและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก อันเป็นประโยชน์แก่ดุชฎินิพนธ์

นิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงพี่ได้ที่มอบเสื้อรักษ์ดงแม่นางเมืองมาให้เป็นที่ระลึก และที่ขาดไม่ได้คือพ่อ-แม่-พี่น้อง จากชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 5 ชุมชน ที่ให้เมตตาเอ็นดูเหมือนลูกหลาน ป้าระพิน ป้าวันเพ็ญ ลุงหนองพืด พี่นงเยาว์ ผู้ใหญ่ณรงค์ พี่บุญสม พี่จงกล พี่ปลัดบุญธรรม และน้อง ๆ นักท่องเที่ยวที่นอกจากให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แล้ว ยังมอบรอยยิ้ม กำลังใจ และสร้างแรงบันดาลใจให้มีความมุ่งมั่น ขยันหมั่นเพียร ศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ที่สำคัญต้องเปิดหู เปิดตาและเปิดใจจึงจะทำงานทุกอย่างได้สำเร็จ

สุดท้ายต้องขอบพระคุณมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่เปิดโอกาสสังคมแห่งการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้ในมหาวิทยาลัยอื่น ความเข้มแข็งเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันบนพื้นฐานของกัลยาณมิตรธรรม ขอบพระคุณสร้างมิตรภาพอันเหนียวแน่นสำหรับปรัชญาคุณฐิบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ รุ่นที่ ๔ ที่มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่อาหารและขนมที่อร่อยที่สุด คณะ ประ.ด.นครสวรรค์ พระครูนิติจินโทโชติ, พระครูนิภาภัทรกิจ, พระมหาสุเมฆ สมานิตโต, พี่โต พี่โย พี่บูม พี่น้อยที่ร่วมภารกิจตลอดระยะ ๔ ปีในการเดินทาง ร่วมทุกข์ ร่วมสุข ถกเถียง วิพากษ์ วิจารณ์เพื่อหาประเด็นสรุปอันนำมาซึ่งความรู้ต่อยอดในการเรียน และทำคุณฐินิพนธ์ ด้วยความเป็นกัลยาณมิตร มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และร่วมเป็นแรงผลักดัน เป็นแรงเกื้อหนุนกันด้วยดีตลอดมา และที่สำคัญที่สุดต้องขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.อัครเดช พรหมกัลป์ ด.ช.ชนชน และด.ช.ชนพล พรหมกัลป์ที่เป็นแรงบันดาลใจอันยิ่งใหญ่ เป็นส่วนเติมเต็มและสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน เป็นกำลังใจยามท้อ เป็นที่ปรึกษายามมีปัญหา เป็นสามีและลูกชายที่น่ารักเสมอมา และที่ขาดไม่ได้คือ ขอกราบขอบพระคุณนางมณฑนา-นายมานนท์ เหนืออำนาจ พ่อเดชา-แม่บัวพันธ์ พรหมกัลป์ ป้าแหลม ป้าสาคร ป้าดา ป้าแอร์ ญาติพี่น้องที่จังหวัดชลบุรีและจังหวัดนครพนมทุกคนที่ให้เป้าหมายหลักในชีวิต เป็นกำลังใจ เป็นแรงผลักดัน เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่มอบให้แก่ผู้วิจัยด้วยความรักและปรารถนาดีตลอดมา ขอขอบคุณความดีและอรรถประโยชน์ใดอันเกิดจากคุณฐินิพนธ์นี้ ขอถวายเป็นพุทธานุชา ธรรมบูชาสังฆบูชา และขอมอบเป็นกตเวทิตาคุณแด่ครู-อาจารย์ทุกรูป/ท่าน มา ณ โอกาสนี้

นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ

๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๒

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภาพ	๗
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ณ
บทที่ ๑ บทนำ	
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ คำถามการวิจัย	๕
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๕
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย	๖
๑.๕ สมมติฐานการวิจัย	๘
๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๘
๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๑๑
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
๒.๑ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๑๔
๒.๒ องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๓๐
๒.๓ การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔	๗๑
๒.๔ ข้อมูลเรื่องที่วิจัย	๘๒
๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๐๒
๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๑๔๑

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๓	วิธีดำเนินการวิจัย
๓.๑	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ๑๔๕
๓.๒	รูปแบบการวิจัย ๑๔๗
๓.๓	ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้เชี่ยวชาญ ๑๔๙
๓.๔	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ๑๕๗
๓.๕	การเก็บรวบรวมข้อมูล ๑๘๐
๓.๖	การวิเคราะห์ข้อมูล ๑๘๒
บทที่ ๔	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
๔.๑	การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ๑๘๘
๔.๒	การวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ๑๙๐
๔.๓	การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ๒๒๑
๔.๔	การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ๒๘๐
๔.๕	องค์ความรู้จากการวิจัย ๓๒๒
บทที่ ๕	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ
๕.๑	สรุปผลการวิจัย ๓๔๕
๕.๒	อภิปรายผลการวิจัย ๓๕๓
๕.๓	ข้อเสนอแนะ ๓๕๘
บรรณานุกรม	๓๖๑

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาคผนวก	
ก. หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำดัชนีนิพนธ์ (แบบสอบถาม)	๓๗๖
ข. ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์เป็นรายข้อ (IOC)	๓๗๘
ค. ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)	๓๘๑
ง. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	๓๘๓
จ. ค่า Print Out จากโปรแกรมสำเร็จรูป	๓๘๗
ฉ. หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำดัชนีนิพนธ์ (แบบสัมภาษณ์)	๓๙๒
ช. ผลการหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index = CVI)	๓๙๔
ซ. หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้สถิติเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย (สัมภาษณ์เชิงลึก)	๓๙๕
ฌ. แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัยแบบกึ่งโครงสร้าง	๔๐๔
ญ. หนังสือขอเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)	๔๐๕
ฎ. รายงานผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ	๔๐๘
ฏ. ประเด็นในการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)	๔๐๙
ฐ. ภาพประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)	๔๑๒
ฑ. ภาพประกอบการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)	๔๑๙
ประวัติผู้วิจัย	๔๒๓

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒.๑	ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๒๙
๒.๒	การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๓๑
๒.๓	การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๓๓
๒.๔	การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว	๓๖
๒.๕	การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการมีส่วนร่วม	๓๗
๒.๖	ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม	๔๓
๒.๗	การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว	๔๗
๒.๘	การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบททรัพยากรการท่องเที่ยว	๔๙
๒.๙	ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	๕๖
๒.๑๐	การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของการตลาด	๖๓
๒.๑๑	การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทด้านการตลาด	๖๔
๒.๑๒	ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด	๗๑
๒.๑๓	ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรการบริหารจัดการ	๘๑
๒.๑๔	หมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์	๘๓
๒.๑๕	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๒๐
๒.๑๖	ตัวแปรแฝง ทิศทางความสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๓๑
๒.๑๗	ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๑๓๓

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๒.๑๘	ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	๑๓๕
๒.๑๙	ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว	๑๓๗
๒.๒๐	ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบด้านการตลาด	๑๓๘
๒.๒๑	ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบการบริหารจัดการ	๑๔๐
๓.๑	หมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามทรัพยากรการท่องเที่ยว	๑๕๐
๓.๒	โครงสร้าง และน้ำหนักข้อคำถามของแบบสอบถาม	๑๕๘
๓.๓	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการมีส่วนร่วม	๑๖๔
๓.๔	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการมีส่วนร่วม	๑๖๕
๓.๕	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)	๑๖๖
๓.๖	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)	๑๖๗
๓.๗	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการตลาด	๑๖๙
๓.๘	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการตลาด	๑๗๐
๓.๙	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการบริหารจัดการ	๑๗๑
๓.๑๐	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการบริหารจัดการ	๑๗๒
๓.๑๑	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๑๗๔
๓.๑๒	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๑๗๕

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๑	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	๑๘๘
๔.๒	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่แสดงอิทธิพลของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์	๑๙๓
๔.๓	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (PART)	๑๙๖
๔.๔	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)	๑๙๙
๔.๕	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด (MARK)	๒๐๒
๔.๖	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA)	๒๐๕
๔.๗	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)	๒๐๘
๔.๘	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้ในตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์	๒๑๓
๔.๙	ค่าสถิติการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์	๒๑๗
๔.๑๐	ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการมีส่วนร่วม	๒๓๐
๔.๑๑	ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	๒๓๙
๔.๑๒	ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการตลาด	๒๔๖
๔.๑๓	ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการบริหารจัดการ	๒๕๒
๔.๑๔	ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๒๗๐

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๑๕	ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์	๒๗๓
๔.๑๖	ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม	๒๙๔
๔.๑๗	ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)	๒๙๕
๔.๑๘	ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)	๒๙๙
๔.๑๙	ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)	๓๐๓
๔.๒๐	ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)	๓๐๘
๔.๒๑	กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) (SO)	๓๒๗
๔.๒๒	กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO)	๓๒๙
๔.๒๓	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจังหวะ) (ST)	๓๓๑
๔.๒๔	กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT)	๓๓๓

สารบัญแผนภาพ

ภาพที่		หน้า
๒.๑	กระบวนการการทอที่เกี่ยวข้องเชิงสร้างสรรค์	๒๑
๒.๒	การจัดการทอที่เกี่ยวข้องโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิด	๓๐
๒.๓	Structural Model ที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย	๓๔
๒.๔	แนวคิดการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อการทอเกี่ยวแบบยั่งยืน	๓๕
๒.๕	องค์ประกอบการมีส่วนร่วมที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและข้อค้นพบจากผลงานวิจัย	๓๘
๒.๖	องค์ประกอบของทรัพยากรการทอเกี่ยวที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย	๕๐
๒.๗	แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) ของแผนยุทธศาสตร์การทอเกี่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน	๖๐
๒.๘	องค์ประกอบของการตลาดที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและข้อค้นพบจากผลงานวิจัย	๖๕
๒.๙	องค์ประกอบการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ ที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และหลักธรรม	๘๐
๒.๑๐	แผนที่บ้านวังหวนก หมู่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์	๘๕
๒.๑๑	แผนที่บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง	๘๘
๒.๑๒	แผนที่บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากฟ้า	๙๒
๒.๑๓	แผนที่บ้านซับตะเคียน หมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า	๙๖
๒.๑๔	แผนที่บ้านดงแม่รางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย	๙๘
๒.๑๕	กรอบแนวคิดในการวิจัย	๑๔๓
๓.๑	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	๑๔๖
๓.๒	แผนแบบการวิจัย	๑๔๗
๓.๓	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยันของโมเดลการวัดการมีส่วนร่วม	๑๖๕
๓.๔	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยันของโมเดลการวัดทรัพยากรการทอเกี่ยว	๑๖๖
๓.๕	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยันของโมเดลการวัดการตลาด	๑๗๐

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
๓.๖	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการบริหารจัดการ	๑๗๖
๓.๗	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๑๗๕
๔.๑	ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์	๒๒๐
๔.๒	ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก	๒๗๒
๔.๓	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ฉบับร่าง (จากการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก)	๒๘๑
๔.๔	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)	๒๘๒
๔.๕	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)	๒๘๖
๔.๖	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)	๒๘๙
๔.๗	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)	๒๙๒
๔.๘	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม)	๓๒๑
๔.๙	องค์ความรู้จากการวิจัย	๓๒๓
๔.๑๐	ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ฉบับสมบูรณ์)	๓๓๗

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

๑. คำย่อชื่อคัมภีร์พระไตรปิฎก

คฤษณินิพนธ์ฉบับนี้ใช้พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการอ้างอิง โดยจะระบุ เล่ม/ชื่อ/หน้า หลังคำย่อชื่อคัมภีร์ เช่น ที.สี. (ไทย) ๙/๑๗๐/๕๖ หมายถึง สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย สีลขันธวรรค พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่มที่ ๙ ชื่อที่ ๑๗๐ หน้า ๕๖

พระสุตตันตปิฎก

คำย่อ		ชื่อคัมภีร์	ภาษา
ที.ปา. (ไทย)	= สุตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค	(ภาษาไทย)
อง.เอกก.(ไทย)	= สุตตันตปิฎก	อังคุตตรนิกาย เอกกนิบาต	(ภาษาไทย)
อง.ทุก. (ไทย)	= สุตตันตปิฎก	อังคุตตรนิกาย ทุกนิบาต	(ภาษาไทย)

๒. การระบุเลขหมายพระไตรปิฎก

ในงานวิจัยเล่มนี้พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทยฉบับจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยพ.ศ.๒๕๓๙ และพระไตรปิฎกฉบับภาษาไทยจะระบุเล่ม/ชื่อ/หน้า/ เช่น ชุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๓๒๑-๓๒๒/๑๓๓ หมายความว่าระบุถึงสุตตันตปิฎกขุททกนิกายธรรมบทฉบับภาษาไทยพระไตรปิฎกเล่มที่ ๒๕ ชื่อที่ ๓๒๑-๓๒๒ หน้าที่ ๑๓๓ เป็นต้น

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชนท้องถิ่นและเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมพื้นที่ระดับชุมชนหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัด ถือเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนบนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่จะต้องดำเนินควบคู่เพื่อการป้องกันการสูญเสียของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ รวมทั้งการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้กับผู้มาเยือน ปัจจุบันสังคมมีความตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม เทศกาล รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น ทั้งนี้การตื่นตัวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ถือเป็นจุดกำเนิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และได้มีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน โดยชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นผู้เสนอความงดงามทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นสู่ผู้ท่องเที่ยวภายนอก สอดคล้องกับการสำรวจในรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ไตรมาสที่ ๔ ปี ๒๕๖๐ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีเป้าหมายหลักในการมาเที่ยวไทย คือ การเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม ร้อยละ ๔๑ เป็นอันดับที่ ๒ รองจากการเยี่ยมชมธรรมชาติ ร้อยละ ๕๑ นวดและสปา ร้อยละ ๔๑ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวยังประเทศไทย คือ วัฒนธรรมไทยและศาสนา ร้อยละ ๓๑ รองจากราคาที่คุ้มค่า ร้อยละ ๓๖ อาหารไทย ร้อยละ ๓๕ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ ๓๔ นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๐ ประมาณร้อยละ ๔๑ สูงกว่าที่วางแผนจากไตรมาสก่อน แต่ยังคงต่ำกว่าสัดส่วนในระยะเดียวกันของปีก่อนค่อนข้างมาก จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดไนไตรมาสที่ ๑/๒๕๖๑ ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๒๕ ภาคเหนือ ร้อยละ ๒๓ และภาคกลาง ร้อยละ ๑๘ ทั้งนี้หากพิจารณาจากสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ ในปี ๒๕๕๘-๒๕๖๐ พบว่า มีผู้มาเยี่ยมชมเยือนจำนวน ๑,๖๖๑,๓๙๑, ๑,๗๐๖,๙๖๔ และ ๑,๕๙,๓๓๕ คนตามลำดับ เป็นชาวไทย ๑,๖๒๓,๐๓๓, ๑,๖๖๘,๑๒๑ และ ๑,๕๗,๒๐๖ คน และเป็นชาวต่างชาติ ๓๘,๓๕๘, ๓๘,๘๔๓ และ ๒,๑๒๙ คน สร้าง

รายได้ ๓,๑๙๗, ๓,๒๙๔ และ ๓๕๖.๙๙ ล้านบาท^๑ จากตารางร้อยละของประชากรที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ที่เดินทางท่องเที่ยวในรอบปี ๒๕๕๙ จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างเดินทางและจังหวัดที่เดินทางไป พบว่า นครสวรรค์เป็นจังหวัดหลักในการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ ๔.๔ และเข้าร่วมงานเทศกาล/งานประเพณี ร้อยละ ๕.๕ แต่หากเป็นจังหวัดที่แวะพักระหว่างเดินทาง จะแวะรับประทานอาหาร ร้อยละ ๖๒.๘ และซื้อของฝาก ร้อยละ ๒๕.๕ โดยมีกิจกรรมที่ทำระหว่างเดินทาง คือ ท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน หย่อนใจ (ขับรถเที่ยว ชมการแสดงต่าง ๆ ซ็อบปิ้ง) ร้อยละ ๕๒.๗ พักผ่อนในที่พักรถหรือบ้านญาติ/ไม่ทำกิจกรรม ร้อยละ ๓๕.๑ ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ ๘.๑^๒

การให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจระดับมหภาคเป็นหลักภายใต้แนวคิดการพัฒนาประเทศ นโยบายการพัฒนาที่เกิดขึ้นจึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมาตรฐานความเจริญและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่รายรับจำนวนมหาศาลที่ดูดซับจากการจับจ่ายของนักท่องเที่ยว การสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการ ใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมและประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน เพื่อแก้ปัญหาความยากจน และพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ ตลอดจนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ตามแนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑^๓ และการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ตามยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทาง

^๑ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=๔๒๒&filename=index๖ [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

^๒ สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ (ในรอบปี ๒๕๕๙), (กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๐), หน้า ๑๖๐-๑๗๐.

^๓ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)”, ราชกิจจานุเบกษา ๑๒๘ (ธันวาคม ๒๕๕๔): ๑๐๙.

เศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒^๔ สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่าย การท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐาน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม ในระดับพื้นที่ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)^๕ การพัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย โดย ต้องเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ในระยะยาวต้องเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่าง ยั่งยืน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายวิถีชีวิตและ เอกลักษณ์ของชุมชน ตามกรอบยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของกรอบ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง ๒^๖ ในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและ วัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ^๗ และวิสัยทัศน์จังหวัดนครสวรรค์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเมือง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ^๘

จังหวัดนครสวรรค์เป็นเมืองโบราณมีประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ สันนิษฐานว่าตั้งขึ้นในสมัย สุโขทัยเป็นราชธานี โดยมีปรากฏชื่อในศิลาจารึกว่า “เมืองพระบาง” ตัวเมืองดั้งเดิมตั้งอยู่บริเวณเชิง เขาขาด (เขาฤๅษี) จรดวัดหัวเมือง (วัดนครสวรรค์) ยังมีเชิงเนินดินเป็นแนวปรากฏอยู่ ต่อมาได้เปลี่ยน ชื่อเป็น “เมืองขอนแก่นวัน” เพราะตัวเมืองตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา และหันหน้าไป ทางแม่น้ำซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออก ทำให้แสงอาทิตย์ส่องเข้าหน้าเมืองตลอดเวลา ภายหลังได้เปลี่ยนเป็น ชื่อ “เมืองนครสวรรค์” ร่องรอยอารยธรรมเก่าแก่ยังคงปรากฏอยู่ทั่วไปในจังหวัดนครสวรรค์ เช่น

^๔ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)”, *ราชกิจจานุเบกษา* ๑๓๓ (ธันวาคม ๒๕๕๙): ๙๔.

^๕ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)”, *ราชกิจจานุเบกษา* ๑๓๔ (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐): ๔๙.

^๖ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ๒ ประกอบด้วย จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และ อุทัยธานี.

^๗ สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ๒, *วิสัยทัศน์*, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.thailowernorth.com/webosm/vision.html> [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

^๘ จังหวัดนครสวรรค์, *วิสัยทัศน์ จังหวัดนครสวรรค์*, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.nakhonsawan.go.th/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=๒:๒๐๑๗-๑๒-๒๒-๐๘-๔๒-๔๑&catid=๘&Itemid=๑๐๒ [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

เมืองโบราณจันเสน ตำบลจันเสน อำเภอตาคลี ที่มีการสันนิษฐานว่าอยู่ในสมัยทวารวดี, ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จากซากโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ขุดพบบ่งบอกว่า เมืองโบราณแห่งนี้มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย ต่อเนื่องมาจนถึงสมัยทวารวดี และสมัยลพบุรีตอนต้น ราวพุทธศตวรรษที่ ๑๔-๑๘ ตำบลสำโรงชัย ชุมชนดั้งเดิม คือบ้านสำโรงชัย ตั้งมานานตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยารัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เป็นเมืองสมัยโบราณสมัยขอม เรื่องอำนาจในดินแดนสุวรรณภูมิ มีซากวัตถุโบราณให้เห็น เช่น อุโบสถ วิหาร หอสมุด กุฏิภิกษุ พระพุทธรูปปฏิมากร ระฆัง จอมปราสาท สระแก้ว สระขวัญ ฯลฯ มีอายุในราวปีพุทธศักราช ๑๒๐๔ ๓๓๓ นครสวรรค์ยังมีชื่อเรียกที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายแต่เดิมว่า “ปากน้ำโพ” โดยปรากฏเรียกกันมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ยังเป็นสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติ จีน มอญ ลาว คนไทย แต่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างกลมกลืน ต่างถ้อยทีถ้อยอาศัยซึ่งกันและกัน ในแต่เชื้อชาติและศาสนา มีความขยันขันแข็งหนักเอาเบาสู้ วัฒนธรรมดงามหลายอย่างได้กลมกลืนคนแต่ละเชื้อชาติเข้าด้วยกันเปรียบเสมือนเป็นพี่น้องกัน อีกลักษณะหนึ่งการที่เป็นสังคมการเกษตรที่ยังคงมีความเป็นชนบทหลงเหลืออยู่ ทำให้เกิดความกลมกลืน นับเป็นสังคมที่มีความกลมกลืนทางวัฒนธรรม และสิ่งหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าอยู่กับจังหวัดนครสวรรค์มาช้านาน ความเชื่อ ความศรัทธาในบวรพระพุทธศาสนาอันมีวัดวาอารามที่อยู่คู่บ้าน คู่เมืองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน เช่น วัดจอมคีรีนาคพรต วัดช่องลม วัดเขากบ วัดบนในอำเภอเมืองนครสวรรค์ วัดถ้ำเนินพระปรารค์ อำเภอชุมแสง ฯลฯ รวมถึงวัดที่มีเจดีย์ เช่น วัดหนองโพ (หลวงพ่อดิม พุทธสโร) อำเภอตาคลี, วัดวังเตื่อ (หลวงพ่ोज้อย จนทสุวณโณ) อำเภอเมือง ฯลฯ รวมถึงวัดคู่บ้าน คู่เมืองของจังหวัดนครสวรรค์มากกว่า ๕๘๐ ปี คือ วัดนครสวรรค์ โดยมีพระพุทธศรีสวรรค์ เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่ อันเป็นสักการบูชาของชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว และด้วยศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งที่เกิดขึ้นเอง และมนุษย์สร้างขึ้นก็เป็นอีกประการที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และจังหวัด เช่น ฟุ้งทานตะวันและปอเทือง อำเภอตากฟ้า, ล่องแก่งลำน้ำแม่เฒ่า อำเภอแม่วงก์ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม ทางศาสนา ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต ที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของจังหวัดนครสวรรค์ ล้วนเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง สามารถบริการจัดการตนเองได้ สอดคล้องกับทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงทั้งทางกายภาพ วิถีชีวิต/วัฒนธรรมท้องถิ่นและการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ ตลอดจนส่งเสริมการสร้าง ความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในระหว่างภูมิภาคเพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวมทั้งระบบ

การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์แม้จะให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฯ ตามแผนพัฒนาฯ แต่ยังเป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะแยกส่วน ไม่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ไม่มีแก่นเรื่องที่จะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวหรือกลับมาเที่ยวซ้ำได้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่องและพัฒนาเป็นส่วน ๆ ในระยะยาวชุมชนก็ไม่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจนก่อให้เกิดการดูดกลืนวัฒนธรรมหรือย้ายถิ่นฐานได้ แม้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพและมีความพร้อมเพียงใด หากแต่ยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนแทนที่การนำรายได้กลับมาพัฒนาชุมชนบนฐานการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนก็จะไม่สามารถทำให้ประชาชนสามารถมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้ ดังนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงเส้นทางศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม และรูปแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิผล และสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน อันจะเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ และการประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อไป

๑.๒ คำถามการวิจัย

๑.๒.๑ ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างไร

๑.๒.๒ ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ควรเป็นอย่างไร

๑.๒.๓ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ควรพัฒนาอย่างไร

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

๑.๓.๒ เพื่อสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๑.๓.๓ เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การบริหารจัดการตาม หลักกฤษฎีบท ๔ และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำมาพัฒนาเป็นตัวแบบการ จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านตัวแปร

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการ จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อค้นหาคำตอบที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

๑) ตัวแปรเชิงปริมาณ (Quantitative Variable) ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายใน ดังนี้

๑.๑) ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ประกอบด้วย ๓ ตัวแปร

๑.๑.๑) การมีส่วนร่วม ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ (Observation Variable) คือ ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด

๑.๑.๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ (Observation Variable) คือ สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และพื้นที่

๑.๑.๓) การตลาด ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ (Observation Variable) คือ ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์

๑.๒) ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ประกอบด้วย ๒ ตัวแปร

๑.๒.๑) การบริหารจัดการตามหลักกฤษฎีบท ๔ ประกอบด้วย ตัวแปร สังเกตได้ (Observation Variable) คือ เชื่อมมั่นต่อสิ่งที่ทำ มีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท มีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา

๑.๒.๒) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ตัว แปรสังเกตได้ (Observation Variable) คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การมีประสบการณ์ ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และการเรียนรู้สิ่งใหม่

๒) ตัวแปรเชิงคุณภาพ (Qualitative Variable) ประกอบด้วย การพัฒนาตัวแบบ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญ

๑) ประชากร (Population) ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ประชาชนในหมู่บ้านเป้าหมาย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จำนวน ๕ หมู่บ้าน ใน ๓๖ หมู่บ้าน ๑๕ อำเภอของจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน ๒,๗๓๓ คน^๙

๒) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๗ รูป/คน ได้แก่

๒.๑) ด้านองค์กรภาครัฐท้องถิ่น หรือภาคีเครือข่าย	จำนวน ๔ คน
๒.๒) ด้านผู้นำชุมชน	จำนวน ๕ รูป/คน
๒.๓) นักวิชาการท้องถิ่น	จำนวน ๔ คน
๒.๔) ด้านภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว	จำนวน ๕ คน
๒.๕) ประชาชน และชุมชน	จำนวน ๔ รูป/คน
๒.๖) นักท่องเที่ยว	จำนวน ๕ คน

๓) ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ผู้วิจัยกำหนดการประชุมความเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ประชาชนชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์อย่างรอบด้านด้วยความละเอียดถี่ถ้วน จำนวน ๘ รูป/คน

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์

๑.๔.๕ ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๑ ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๒ รวมระยะเวลา ๑๑ เดือน

^๙ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, “รายงานหมู่บ้านเป้าหมายตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครสวรรค์”, (อัติสำเนา).

๑.๕ สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

๑.๖.๑ การพัฒนาตัวแบบ หมายถึง การนำตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาวิเคราะห์ผ่านการมีส่วนร่วม การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาด การบริหารจัดการ โดยผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มเพื่อให้เกิดตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่มีองค์ประกอบ กลยุทธ์ แนวทางการพัฒนา และตัวชี้วัด

๑.๖.๒ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และการเรียนรู้สิ่งใหม่

๑) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม หมายถึง การเข้าใจในสิ่งเรียนรู้ เกิดการลงมือปฏิบัติ และเกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ให้คนหลากหลายทักษะหลากหลายวิธีคิดทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน และมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้

๒) การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสบการณ์การสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมซึ่งเป็นผลให้เกิดความเกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง หรือวัฒนธรรม (ความเกี่ยวข้อง)

๓) การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ หมายถึง เป็นการสัมผัสและตระหนักในคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย เข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยว, มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง, ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิต และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ ทำให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

๔) การเรียนรู้สิ่งใหม่ หมายถึง การลงมือทำสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง การมีส่วนร่วม

ในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม การแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

๑.๖.๓ การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด

๑) การร่วมทำ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการลงมือทำ เป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร ร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

๒) การร่วมรับผลประโยชน์ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐ ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจและความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

๓) การร่วมวางแผน หมายถึง การมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๔) การร่วมคิด หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ร่วมวางกฎ ระเบียบของชุมชน ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับฟังความคิดเห็น

๑.๖.๔ ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และพื้นที่

๑) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ประกอบด้วย มีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ มีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงทั่วทั้งจังหวัด และมีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว

๒) กิจกรรม หมายถึง สิ่งจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่การท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย กิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน และเปิดโอกาสให้ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

๓) สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้น ๆ ทั้งสถานที่ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วย ชุมชนยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง, มีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น, การเรียนรู้วิถีชีวิต หรือร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน, อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

๔) พื้นที่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้, มีการพัฒนาและปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง, มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

๑.๖.๕ การตลาด หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์

๑) ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง เส้นทางที่นำข้อมูลไปสู่กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร และนักท่องเที่ยว

๒) เครือข่าย หมายถึง การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยการกำหนดที่กระบวนการ และคนอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสานเครือข่าย การทำงานอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนากระบวนการทำงาน และการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ

๓) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ประกอบด้วย การระบุปัญหาหรือโอกาสด้านการประชาสัมพันธ์ การวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และการประเมินผลการปฏิบัติงาน

๑.๖.๖ การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ หมายถึง การทำงานที่เป็นไปตามหลักอิทธิบาท ๔ ประกอบด้วย เชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ มีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท มีใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา

๑) การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ หมายถึง การทำงานด้วยเชื่อมั่น เต็มใจที่จะทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์โดยสมัครใจ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจและมุ่งมั่นในผลสำเร็จของงาน ความเต็มใจในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน สมัครใจที่จะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถที่จะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถแม้งานนั้นจะเหนือความสามารถ ยินดีรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ดีขึ้น และรักและพอใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยไม่หวังผลตอบแทน

๒) การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท หมายถึง การทำงานด้วยความมุ่งมั่น ทุ่มเท และมีความเพียรที่จะทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ต่อเนื่องยาวนานไม่เบื่อหน่าย ปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอ ปฏิบัติงานทันทีที่ได้รับมอบหมาย ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและไม่ละทิ้งงาน ยึดหลักความสำเร็จของงานเป็นที่ตั้ง และอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญ

๓) การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ หมายถึง การทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ด้วยใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ ประกอบด้วย การมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย แน่วแน่มั่นคงต่องาน หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่างานจะสำเร็จ ใส่ใจใฝ่รู้ ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานอยู่เป็นนิตย์ทั้งใน-นอกเวลางาน เอาใจใส่ในงานและเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไข สนใจรับรู้ และรับผิดชอบในงานอย่างเต็มที่ แม้งานจะมีอุปสรรค

๔) การทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา หมายถึง การทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์โดยมีการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา ประกอบด้วย ไตร่ตรอง หาข้อดี ข้อด้อย ในการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไป ไตร่ตรองคิดค้นแนวทางการปรับปรุงงาน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล ตรวจสอบข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา พิจารณาแผนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน คั่นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการปฏิบัติงาน

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๗.๑ ปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จะเป็นฐานข้อมูลในการนำไปศึกษา และพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๑.๗.๒ ตัวแบบจำลองของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพ และรอบด้าน

๑.๗.๓ ตัวแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพ และรอบด้าน

๑.๗.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ หรือแนวทางการนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในบริบทอื่น ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อไป

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องต่าง ๆ โดยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

๒.๑ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

- ๒.๑.๑ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ๒.๑.๒ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ๒.๑.๓ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
- ๒.๑.๔ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว
- ๒.๑.๕ การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่
- ๒.๑.๖ การเรียนรู้สิ่งใหม่

๒.๒ องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

- ๒.๒.๑ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- ๒.๒.๒ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม
- ๒.๒.๓ ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
- ๒.๒.๔ ปัจจัยด้านการตลาด

๒.๓ การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔

- ๒.๓.๑ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ
- ๒.๓.๒ การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท
- ๒.๓.๓ การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ
- ๒.๓.๔ การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา

๒.๔ ข้อมูลเรื่องที่วิจัย

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

การให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจระดับมหภาคเป็นหลักภายใต้แนวคิดการพัฒนาประเทศ นโยบายการพัฒนาที่เกิดขึ้นจึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมาตรฐานความเจริญและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่รายรับจำนวนมหาศาลที่ดูดซับจากการจับจ่ายของนักท่องเที่ยว การสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมและประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน เพื่อแก้ปัญหาความยากจน และพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ ตลอดจนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ตามแนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ และการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ตามยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) การพัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย โดยต้องเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ในระยะยาวต้องเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน ตามกรอบยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ๒ ในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ และวิสัยทัศน์จังหวัดนครสวรรค์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ การพัฒนาการท่องเที่ยวจะเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ของประเทศที่กำลังพัฒนาในหลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศใหม่ เช่น ในกลุ่มประเทศอินโดจีนและกลุ่มประเทศในยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิก

ที่จะนำผลประโยชน์ทั้งหลายมาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศ ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้

๒.๑.๑ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เป็นอีกหนึ่งความเคลื่อนไหวในสังคมท้องถิ่นภาคเหนือที่ชุมชนใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจุดเด่น คือ ชุมชนเป็นแหล่งข้อมูล หรือแหล่งเรียนรู้เอง มีวิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่ายเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมถึงจัดการทรัพยากรบนพื้นฐาน ๓ ประการ คือ ๑) ฐานการเรียนรู้ และจัดการโดยชุมชน ๒) ฐานองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ๓) ฐานพิธีกรรม นับเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เพราะมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยวกระแสหลักอย่างชัดเจน การท่องเที่ยวชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีแนวคิดชัดเจน กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จุดเด่นของการท่องเที่ยวชุมชน คือ แต่ละชุมชนจะมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม เป็นการท่องเที่ยวที่เห็นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน นักท่องเที่ยวสามารถเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ แต่สิ่งที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น คือ ๑) ระดับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ๒) ความรู้สึกเป็นเจ้าของ และ ๓) รูปธรรมที่จับต้องได้ว่าการท่องเที่ยวส่งผลประโยชน์ต่อชุมชนโดยภาพรวมอย่างไร ทั้งเรื่องการพัฒนาชุมชนและดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงการต้อนรับที่อบอุ่น มีอัธยาศัยไมตรี มีโอกาสพบปะกับคนที่หลากหลายในชุมชน โดยที่ทุกคนรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของบ้านพร้อมต้อนรับแขกผู้มาเยือน ได้สัมผัสความเป็นชุมชนในการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ ความรู้สึกเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยว เข้ามาควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยว ผู้มาเยือนสามารถรับรู้ถึงความตั้งใจจริงนั้นได้

การท่องเที่ยวชุมชนจะเน้นคุณค่าของการท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพชีวิต/การมีส่วนร่วมร่วมของชุมชน และสิทธิในการบริหารจัดการทรัพยากร ทำให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวกระแสหลัก เน้นมูลค่าจากการท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ตลอดจนอาศัยอำนาจเป็นเครื่องมือบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ทรัพยากรเกิดความเสื่อมโทรม และไม่มีคามยั่งยืน นับได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นแนวทางบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชนโดยแท้ ทำให้ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว หนุนเสริมความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น ที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต และทรัพยากรของตนเองได้ ก่อให้เกิดคุณค่า พลัง และความสุขติดตามมาอย่างยั่งยืน บนภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคมไทยทั้งการจัดการทรัพยากร ความมั่นคงทางอาหาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพอากาศและภัยพิบัติต่าง ๆ ทำให้ชุมชนต้องตื่นตัวในการจัดการตนเอง ชุมชนท่องเที่ยวเป็นอีกกลุ่มที่สามารถตั้งรับและจัดการกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวภายใต้การขับเคลื่อน “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” มีองค์ประกอบ ๗ ประการ คือ

๑) มีองค์กร/กลไกในการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการบริหารจัดการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๒) มีระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กฎกติกาที่ใช้ในการบริหารการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของชุมชน โดยมีการเสริมศักยภาพของคนในกลุ่มท่องเที่ยวและชุมชน มีการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับชุมชนอย่างยั่งยืน

๓) สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน สนับสนุนการพัฒนาชุมชน และกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นธรรมและสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม

๔) ส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากภายในสู่คนภายนอก มีกฎ กติกา และแนวทางเพื่อเคารพและปกป้องวัฒนธรรมชุมชน และกลุ่มท่องเที่ยวมีการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบต่อวัฒนธรรม

๕) มีส่วนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และมีการป้องกัน จัดการ และแก้ไขปัญหาภาวะ

๖) สร้างการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนให้แก่ผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งคนในชุมชนและผู้มาเยือน

๗) มีการบริการที่ดีและปลอดภัย ทั้งด้านที่พัก ยานพาหนะ นักสื่อความหมาย ท้องถิ่น เจ้าของบ้าน และการประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มในชุมชนเพื่อให้บริการ

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยว เป็นดาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา อย่างไรก็ตามก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน

กล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน และที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาวบ้านควรเข้าถึงทรัพยากร และมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นโดยตรง ร่วมมือกันรักษาฐานทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นมรดกของคนรุ่นลูกหลานและรุ่นต่อ ๆ ไป รวมถึงเป็นฐานสนับสนุนการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

๒.๑.๒ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่นำเอารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาผสมผสานเข้ากับศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวและของชุมชน ดังนั้นแนวคิดเรื่องนี้จะใหม่ของใหม่แต่ก็ได้รับการยอมรับจากองค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) แล้วว่าเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนและปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำรูปแบบการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นกลไกการชักนำนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน^๑ การนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มค่าและมูลค่านั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือแรงงานจำนวนมากแต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจะเป็นการนำปัจจัย ๔ ประการ คือ “ทุน” มาบวก กับ “ความคิดสร้างสรรค์” และผสมเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” ทั้ง ๔ ปัจจัยดังกล่าวนำมาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว จุดสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในด้านวัฒนธรรม โดยมีวิธีการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวนับเป็นหัวใจสำคัญ ถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้ชุมชนท้องถิ่นให้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะเป็นการเปิดโอกาสให้กับ นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมกันพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นซึ่งเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) ที่ระบุว่าการที่ประชาชนท้องถิ่นร่วมทำงานกับนักพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน โดยเป็นกระบวนการตัดสินใจของประชาชนและเป็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตัวของประชาชนท้องถิ่นเอง ทำให้เกิดอำนาจ และการควบคุมกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกคนในหมู่บ้าน ลักษณะการวางแผนโครงการจะเป็นลักษณะการวางแผนจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Bottom-up Planning) ซึ่งนับว่าเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่พึงปรารถนามากที่สุด นอกจากนั้นการดำเนินงานจะเกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชนท้องถิ่นเอง รวมทั้งมีการสร้างส่วนแบ่งให้กับสมาชิกโครงการซึ่งสามารถสร้างจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของ ให้กับประชาชนทุกคนและมีการกระจายรายได้ไปอย่างทั่วถึงอย่างมีกฎเกณฑ์ตามข้อตกลง อีกทั้งเป็นการพัฒนาที่เป็นแนวคิดจากผู้นำชุมชนนั่นเอง

นอกจากนั้น Greg Richards^๒ ได้ให้ข้อเสนอเพิ่มเติมอีกว่าในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต มีหลักการพื้นฐานสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ

๑) รู้ว่าตนเองคือใคร และอยู่ที่ไหน หมายความว่าผู้จะดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องพยายามที่จะกำหนดตนเองให้ชัดเจนและแตกต่างไปจากคนอื่น ซึ่งไม่ใช่หมายถึงแต่จะ

^๑ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, **ปรัชญาดุชนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์**, (บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕), หน้า ๓๑.

^๒ Richards, G, “Tourism development trajectories-From Culture to Creativity?”, **Paper presented to the Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism**, Jeju Island, Republic of Korea, June 3-5, 2009: 42, (Mimeographed).

คำนึงถึงเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมหรือทุนของการสร้างสรรค์แบบที่จับต้องได้ (Tangible Assets) ที่สถานที่ของตนมีเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงทรัพยากรที่ไม่อยู่ในรูปของวัตถุ (Intangible Resources) ด้วย เช่น บรรยากาศรายรอบ (Atmosphere) ทักษะ (Skills) ความสร้างสรรค์ (Creativity) และ สภาพแวดล้อม (Ambiance) ด้วย

๒) ใช้สมรรถภาพของท้องถิ่น (Use local capacity) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วางอยู่บนฐานของการสร้างสรรค์อันเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่ การนำเข้าความคิด (Ideas) และ ทักษะ (Skills) จากแห่งอื่นมักจะมีส่วนขัดขวางการสร้างสรรค์ แม้ว่าการหยิบยืมความรู้เกี่ยวกับการจัดการบางอย่างจากที่อื่นอาจจะทำได้

๓) สร้างสรรค์จากสิ่งที่มี (Built on what you have) อาจไม่มีความจำเป็นที่จะก่อสร้างสิ่งใหม่เพื่อความสะดวกสบายให้มากขึ้น เคล็ดลับก็คืออาจตัดแปลงจากสิ่งที่มีอยู่เดิมขึ้นมาใหม่ อาจใช้ถ้า เเพิง หรือโรงเรือนเดิมมาดัดแปลงใหม่แทนที่จะก่อสร้างอาคาร

๔) พัฒนาคุณภาพมากกว่าลูกเล่น (Develop quality not gimmicks) แม้ว่าการสร้างสรรค์จะขึ้นอยู่กับความเป็นธรรมชาติ การลองเสี่ยง ลูกเล่น และความประหลาดใจแต่สิ่งสำคัญมากกว่าการใช้ลูกเล่นหรือทำตามความนิยมใหม่ก็คือประเด็นเรื่องคุณภาพ ความเป็นของแท้ดั้งเดิม หรือนวัตกรรมและการตีความประเพณีเดิมเสียใหม่

๕) ใช้ทรัพยากรสร้างสรรค์เป็นตัวกระตุ้น (Use Creative resources as a catalyst) ในขณะที่ยุทธศาสตร์พื้นฐานของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอาศัยการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นใช้กระบวนการที่จะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ การใช้หัตถกรรมพื้นถิ่นเป็นฐานสำหรับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะนำไปสู่นวัตกรรมในการผลิตของที่ระลึกซึ่งคำถามเหล่านี้จะช่วยทำให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ละแห่งนำไปใช้ ใคร่ครวญถึงมรดกวัฒนธรรมของตนเองและแสวงหาวิถีทางใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะช่วยเสริมศักยภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มากขึ้น และในขณะเดียวกันก็จะเป็นการพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ในพื้นที่ของตนเองเพิ่มขึ้นด้วย

กล่าวโดยสรุปว่า การท่องเที่ยวของโลกมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อของประชาคมโลกมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีลักษณะของความสนใจเฉพาะทางมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และภาวะโลกร้อน และการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเฉพาะทางมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น จะเห็นว่าการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก แม้จะยังไม่มีมีการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ที่ชัดเจน แต่สามารถกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยรวมนั้นจะมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ลักษณะเฉพาะที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ตามแนวคิดของ Greg ได้สรุปไว้ ๖ ประเด็น คือ ๑) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ๒) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ๓) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” ๔) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวันเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นได้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน พระราชวัง ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นถิ่น สภากาแฟ เป็นต้น ๕) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริงโดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรม และ ๖) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกัน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ตามองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว

หากจะพิจารณาว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใดเข้าหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ๕ ข้อ คือ

๑) เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร และเป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Originality) และมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity)

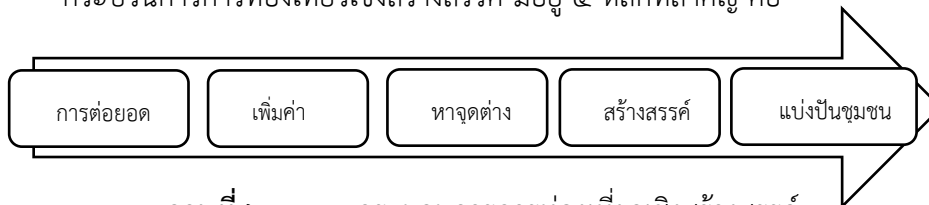
๒) มีการจินตนาการ (Imagination) และมีความจรรโลงใจ (Inspiration) ที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์

๓) มีองค์ความรู้ (Knowledge) แฝงไว้ด้วยศิลปะ (Arts) และกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น

๔) เกิดจากการฉลาดคิด (Ingenuity) กลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม (Inventiveness)

๕) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคนในชุมชน (Intellectual Assets)

กระบวนการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีอยู่ ๕ หลักที่สำคัญ คือ



ภาพที่ ๒.๑ กระบวนการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติใน ๒ ลักษณะ คือ ทั้งในเชิงพื้นที่และกระบวนการ

๑) คุณสมบัติในเชิงพื้นที่

๑.๑) มีความโดดเด่นทางมรดกวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ หมายถึง การเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างเด่นชัดในด้านมรดกวัฒนธรรมหรือในทางธรรมชาติ

๑.๒) ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมตระหนักรู้คุณค่าของมรดกวัฒนธรรม/ธรรมชาติและพร้อมที่จะเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หมายถึง ชุมชนหรือเจ้าของกิจกรรมต้องมีความมั่นใจ เข้าใจในคุณค่าของกิจกรรมที่ทำและพร้อมที่จะทำให้กิจกรรมดังกล่าวนี้เป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยว

๒) คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ

๒.๑) มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม หมายถึง ในกิจกรรมที่ได้ทำนั้นช่วยให้ผู้ร่วมทำกิจกรรมได้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตัวเองได้มากขึ้น

๒.๒) มีกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่านการลงมือปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

๒.๓) มีกระบวนการที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่และส่งเสริมให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง ในการลงมือปฏิบัติกิจกรรมนั้น ๆ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นในคุณค่า ความเกี่ยวข้องของกิจกรรมพื้นที่ท่องเที่ยวจากการลงมือปฏิบัติ

๒.๔) สนับสนุนส่งเสริมให้มีความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัตินั้น เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดความสมดุลของชุมชนในด้านต่าง ๆ

๓) คุณสมบัติด้านคุณสมบัติอื่น ๆ

๓.๑) สะท้อนความจริงแท้ (Authenticity) ความดั้งเดิม และความยั่งยืนของกิจกรรม หมายถึง เป็นกิจกรรมที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมายและความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง

๓.๒) สามารถนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน หมายถึง เจ้าของกิจกรรมสามารถที่จะสื่อสาร ถ่ายทอดความหมาย, ความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นที่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

๓.๓) พื้นฟูและธำรงมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง กิจกรรมที่ได้เสนอให้นักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาหรือฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่สืบไป

๓.๔) ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ได้รับการเชิดชูและให้คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่ได้ดำเนินการนั้นมีส่วนช่วยให้เกิดความยั่งยืนในทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติและในขณะเดียวกันก็เป็นการยกย่องเชิดชูความรู้และผู้รู้ของชุมชน

๓.๕) ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมใช้ทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการนั้นใช้ทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เป็นหลัก

๓.๖) เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place/ Sense of Place) หมายถึง กิจกรรมนั้น ๆ ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ลึกซึ้งขึ้นและสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมดังกล่าวเข้ากับความสำคัญของพื้นที่

๓.๗) สามารถตอบรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หมายถึง กิจกรรมของพื้นที่นั้น ๆ สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ตลอดทั้งปี ไม่จำเป็นต้องขึ้นกับช่วงระยะเวลาเทศกาล

๓.๘) มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาไปสู่ความร่วมมือในระดับภูมิภาคและสากล หมายถึง เป็นกิจกรรมที่พร้อมสำหรับการพัฒนาจากระดับชุมชนไปสู่การตอบรับกับการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ และอาจจะเป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) ให้กับกิจกรรมอื่น ๆ ทั้งในระดับชาติและในนานาชาติ^๓

สอดคล้องกับ “หัวใจ” ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ “ความจริงแท้-ดั้งเดิม” (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจ และชื่นชมจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่อันจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่รู้สิ้นสุด ประกอบด้วย REAL ๑) Reciprocating

^๓ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ, (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน): มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘), หน้า ๒๐๘-๒๐๙.

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ๒) Experiencing มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว ๓) Appreciating ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และ ๔) Lifelong Learning เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด

กล่าวโดยสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเอง โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างมุ่งมั่นตั้งใจในวิถีทางและประสบการณ์เรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำกันอยู่เป็นประจำของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยที่นักท่องเที่ยวอาสาเข้าไปทำหรือเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย ทั้งนี้การวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวจากหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ REAL การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด

๒.๒.๓ Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้)

ในการจัดการความรู้ มีองค์ประกอบที่หลากหลาย แล้วแต่ทฤษฎีหรือตัวแบบ แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญมากและขาดไม่ได้คือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งเวทีจริง (F๒F) และเวทีเสมือน (B๒B) ในเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เราสามารถเลือกรูปแบบหรือกระบวนการได้หลายรูปแบบ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) คือ การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์จากความรู้ที่มีอยู่เป็นกระบวนการที่ความรู้ฝังลึก ถูกแปลงเป็นความรู้ชัดแจ้ง กล่าวคือ ความรู้ส่วนบุคคลถูกแปลงไปสู่ความรู้ที่เป็นทางการหรือความรู้ที่แสดงออกให้เห็นภายในองค์กร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นกระบวนการสำคัญของการจัดการความรู้ หากคนในองค์กรขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันแล้ว ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวคนซึ่งการจัดการความรู้ต้องการให้เกิดการถ่ายทอดซึ่งกันและกันให้มากที่สุดก็จะเป็นความหมายใด ๆ^๔ ส่วนใหญ่เป็นการที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในเรื่องนั้น ๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นกิจกรรมการถ่ายโอนหรือเผยแพร่ความรู้จากบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรไปยังผู้อื่น มีการระบุนิยามเชิงกลยุทธ์ การเข้าถึงความรู้ที่มีอยู่ เพื่อที่จะถ่ายโอนความรู้และ

^๔ ถวัลย์ มาศจรัส, นวัตกรรมการศึกษาชุด KM (Knowledge Management), (กรุงเทพมหานคร: ธารอักษร, ๒๕๕๒), หน้า ๔๓.

ประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ปัญหาและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่วนเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการจัดประชุมหรือดำเนินกิจกรรมเป็นการจัดการประชุม หรือดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นกิจจะลักษณะ สม่่าเสมอ เพื่อเป็นเวทีให้บุคลากรในองค์กรมีโอกาสพบปะ พูดคุยกัน สามารถกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันได้ ทำได้หลายลักษณะ ทั้งที่เป็นทางการ กึ่งทางการ และไม่ เป็นทางการ เช่น การสัมมนา การประชุมทางวิชาการที่จัดอย่างสม่ำเสมอ^๕ มาเพิ่มพูนความรู้ของ ตนเองเพื่อให้เกิดการพัฒนาตนและพัฒนางาน องค์ประกอบหลักที่สำคัญ ๆ ของการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ (Knowledge Sharing) มีอยู่ด้วยกัน ๓ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑) คน (People) เป็น องค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งศูนย์รวมของความรู้ที่สมควรนำออกมาแบ่งปันเป็นอย่าง ยิ่ง เป็นคนที่มีความรู้จากปฏิบัติจริง และอยากจะมาแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ นั้น ด้วยความ เต็มใจ ๒) สถานที่ และบรรยากาศ (Place) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้มีชีวิตชีวาและน่าสนใจ เพราะสถานที่และบรรยากาศที่ดี (สบาย ๆ ผ่อนคลาย) มี ความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มคน จะทำให้คนเหล่านั้นมาเจอกันพูดคุย ปรีक्षा วิเคราะห์ปัญหา แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างสบายใจ และ ๓) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Infrastructure) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยให้การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดได้ง่ายและ สะดวกขึ้น เช่น กระดานสำหรับเขียน คอมพิวเตอร์สำหรับการสรุปและจัดเก็บความรู้รวมถึงการ แบ่งปัน (Share) หรือการส่งต่อข้อมูล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ ทางวัฒนธรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจและในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว ความผูกพันระหว่าง นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน (Hosts and Guests) ผ่านประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริง โดย เข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง อันเป็นการสนับสนุนส่งเสริมการ สนทนาระหว่างวัฒนธรรมซึ่งจะช่วยพิทักษ์ รักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้สืบเนื่องต่อไป เมื่อประมวลคุณลักษณะต่าง ๆ โดยรวมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ก็ จะพบว่า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติซึ่งประกอบด้วย ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความ ผูกพันระหว่างกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ผ่านประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม โดยนักท่องเที่ยวเป็น

^๕ พรทิพย์ อุดมสิน, “รูปแบบ และเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร” หนวย ที่ ๒ ในการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๔), หน้า ๑๔.

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม มีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรียนรู้ประสบการณ์ มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจ “จิตวิญญาณของพื้นที่” และเป็นการท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง

กล่าวโดยสรุปว่า Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม คือ การเข้าใจในสิ่งเรียนรู้ เกิดการลงมือปฏิบัติ และเกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน ประกอบด้วย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน, มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม, ให้คนหลากหลายทักษะ หลากหลายวิธีคิดทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์, ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน และมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้

๒.๒.๔ Experiencing มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง)

ประสบการณ์การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักด้วยกัน ๓ องค์ประกอบ ได้แก่

๑) Functional Experiences องค์ประกอบของการท่องเที่ยว คือ ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการบริการ หรือการท่องเที่ยวที่ได้รับโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงิน เช่น ด้านคุณภาพ ราคา การให้บริการของมัคคุเทศก์ และการบริการนำเที่ยว เป็นต้น

๒) Social Experiences คือ คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและได้มีส่วนร่วม ในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

๓) Emotion Experiences คือ ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเลือกมาทำกิจกรรมท่องเที่ยวแล้วรู้สึกที่มีความแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา

การตลาดเชิงประสบการณ์ไว้ว่าเป็นการรวมตัวกันของคุณลักษณะที่จับต้องได้ (ความรู้สึก) และจับต้องไม่ได้ (สัญลักษณ์) และเป็นผลิตร่วมกันของผู้บริโภคและนักการตลาดในการสร้างเหตุการณ์ที่น่าประทับใจ มีความหมาย และเป็นที่ยึดจำ และยังคงกล่าวถึงอีกว่าประสบการณ์สามารถเป็นคุณลักษณะที่สามารถจับต้องได้ หรือเป็นคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ หรือเป็นทั้งสองแบบเลยก็ได้ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้^๖ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นเหมือนการกระทำที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันสร้างสรรค์ระหว่างผู้จัดหา และผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับคุณค่าเมื่อได้มีการเข้าไปร่วม และมีความทรงจำกับเหตุการณ์ส่วนร่วมนั้น ๆ พวกเขากำหนดลักษณะของประสบการณ์ของลูกค้าว่าประกอบไปด้วย ๕ มิติ ได้แก่ ชอบความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ความ

^๖ Kwortnik, R. J. & Ross. W.T, “The Role of Positive Emotions in Experiential Decisions”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol 24 (2007): 324-335.

ประหลาดใจ และการมีส่วนร่วม^๗ การตลาดเชิงประสบการณ์สามารถสร้างความจดจำ ความเกี่ยวข้อง และมักจะเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่า การดึงลูกค้าให้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องผ่านประสบการณ์อาจก่อให้เกิดความรู้สึกที่ชัดเจน ได้แบ่งประสบการณ์ออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ ประสบการณ์การรับสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมซึ่งเป็นผลให้เกิดความเกี่ยวข้องของกลุ่มอ้างอิง หรือวัฒนธรรม (ความเกี่ยวข้อง) โดยเชื่อว่าเป้าหมายสูงสุดของการตลาดเชิงประสบการณ์ก็คือการสร้างประสบการณ์โดยรวมที่บูรณาการเอาแต่ละประเภทเข้าด้วยกัน ผนวกทั้งประสบการณ์การพักผ่อนและประสบการณ์ในการเดินทางและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อประสบการณ์รวมจากทั้ง ๒ ด้านดังกล่าว การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นคุณภาพบริการทั้งการท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้ในการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น ๓ ระยะ คือ ระยะก่อนการใช้บริการ (Before) ระหว่างการใช้บริการ (During) และหลังการใช้บริการ (After) ประสบการณ์ในกระบวนการก่อนการท่องเที่ยว (Before) เกิดจากจุดสัมผัส ได้แก่ การหาข้อมูลเพื่อการวางแผนก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ในเชิงบวก ทั้งตัวชี้วัดประสบการณ์ทางกายภาพ ประสบการณ์ทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์เชิงการบริการ รูปแบบอัตลักษณ์รอยยิ้มของคนไทยการเป็นเจ้าบ้านที่ดียังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกร่วมจนกระทั่งได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม มีความสุขจนกระทั่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตซึ่งเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ทรงประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปว่า Experiencing มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ที่เกิดจากท่องเที่ยว และเกิดการเข้าถึงในพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสบการณ์การรับสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมซึ่งเป็นผลให้เกิดความเกี่ยวข้องของกลุ่มอ้างอิง หรือวัฒนธรรม (ความเกี่ยวข้อง)

๒.๒.๕ Appreciating ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส)

กระบวนการชื่นชม การสื่อสารเชิงบวก ความสุนทรีย์ ประณีตละเอียดอ่อน และกระบวนการ Accreditation ควบคู่กัน ชื่นชมผ่านเรื่องเล่า นำมาสู่ความดีใจ รวมถึงเชื่อมั่นในความสามารถของชุมชนที่เราทำงานด้วยกระบวนการที่ทำให้ทุกคนให้การยอมรับและชื่นชม คนอื่น

^๗ Poulsson, S. H. G. & Kale, S. H, “The experience economy and commercial experiences”, *The Marketing Review*, Vol 4 No 3 (2004): 324-335.

โดยที่ไม่รู้สึกที่ไม่ดี หรือแสดงการต่อต้าน หรือวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการในขั้นนี้ ทุกคนที่เข้าร่วมการประชุมจะมีโอกาสในการแสดงออกได้อย่างทัดเทียมกัน ซึ่งจะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสใช้ทั้งข้อเท็จจริง เหตุผล และความรู้สึกของตน ตลอดจนการแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ ตามที่เป็นจริง เมื่อทุกคนได้แสดงออกโดยได้รับการยอมรับจากคนอื่น ๆ จะทำให้ทุกคนมีความรู้สึกที่ดี มีความสุข มีความอบอุ่น และจะเกิดพลังร่วมขึ้นในระหว่างคนที่มาประชุมร่วมกัน เข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยว, มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง ด้วยภูมิประเทศที่มีความแตกต่างสร้างสรรค์เรื่องราววิถีชีวิตผู้คนให้แนบแน่นกับแผ่นดินถิ่นกำเนิด ตามลักษณะของภูมิประเทศที่เป็นตัวกำหนด ทั้งในด้านของความเป็นอยู่ อาหาร การกิน วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น สาธารณชนเป็นความแข็งแกร่งของวิถีชุมชนที่ยั่งยืน และยาวนานสืบทอดกันไปในสายธารแห่งอารยธรรมคนไทย การส่งเสริมให้ผู้คนในแต่ละท้องถิ่นได้ตระหนักและภาคภูมิใจถึงความเป็นอัตลักษณ์ของตน ซึมซับและพร้อมจะบอกกล่าวเล่าขานเรื่องราวของท้องถิ่น ให้ผู้คนต่างแดนได้ศึกษาหามุมมองที่แตกต่างกันออกไป จนกลายมาเป็น “ความเข้าใจในความต่าง” ทำอย่างไรให้นักเดินทางทั้งหลายเปิดใจพร้อมที่จะรับเรื่องราวแห่งวิถีที่แตกต่างให้เป็นวิถีแห่งความงดงามของสายธารวัฒนธรรมที่น่าศึกษาเรียนรู้ และภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยร่วมกันไม่ว่าจะมาจากภูมิภาคไหนก็ตาม ความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงความรู้สึกของคนในชุมชนหรือเจ้าของวัฒนธรรมกับการให้ความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ว่ามีคุณค่า ควรค่าแก่การรักษา ห่วงแหนเกิดเป็นความรัก ความภาคภูมิใจในคุณค่าวัฒนธรรมชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นนั้น ๆ รวมถึงความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งของคนในชุมชนในฐานะที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ ในการบอกเล่าเรื่องราว การสื่อความหมายแก่ผู้มาเยือน โดยตัวบ่งชี้ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนหรือเจ้าของวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญยิ่งต่อการเป็นตัวขับเคลื่อนความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการถ่ายทอดวิถีชุมชนสู่สายตาของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจและประเมินความคิดสร้างสรรค์ของเมืองและชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ อีกด้วย

กล่าวโดยสรุปว่า Appreciating ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ เป็นการสัมผัสและตระหนักในคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย เข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยว, มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง, ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิต และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ ทำให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

^๕ ยุพิน อุ่นแก้ว และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล, “การพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๐): ๑๐.

๒.๒.๖ Lifelong Learning เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด (ลงมือทำ)

การศึกษาตลอดชีวิต (Lifelong Education) ของคนในชุมชน หรือคนไทยในอนาคตก็น่าจะเป็นอีกทางเลือกที่เหมาะสมโดยเน้นไปที่แนวทางของการพัฒนาคนในชุมชนหรือสังคมให้เต็มศักยภาพ มีความพร้อมที่จะใช้ความรู้และความสามารถในการดำรงชีวิต ภายใต้รูปแบบของการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น และหลากหลาย แนวคิดการศึกษาโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community-based Education) เป็นการศึกษาคูหาที่เติมเต็มชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกด้าน พร้อมทั้งเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชน ภาพของการจัดการศึกษาในอนาคตจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นไปในรูปแบบของการสร้างการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตที่มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของบุคคลและชุมชน^๙ เป็นเนื้อหาที่มีความทันสมัยซึ่งหมายถึงเท่าทันกับสถานการณ์ที่ชุมชนเผชิญอยู่ สามารถนำไปใช้ได้ในการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง มีกิจกรรมที่เน้นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เน้นกระบวนการคิดและปฏิบัติจากการประยุกต์ใช้ความรู้จากประสบการณ์จริง แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการสร้างการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเน้นไปที่การที่นักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ร่วมกับชุมชน เพื่อเข้าถึงความเป็นแก่นแท้ดั้งเดิม และสร้างจิตสำนึกในการร่วมเรียนรู้ต่อประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนที่ตนไปเที่ยวชม ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการต่อยอด/พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุปว่า Lifelong Learning เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด เป็นการลงมือทำ และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม และการแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม, การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว, การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุดภายใต้การเปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวได้ “เรียนรู้” “เข้าถึง” ผ่านการ “สัมผัส” และ “ลงมือทำ” โดยมีเป้าหมายของการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่พร้อมจะรับนักท่องเที่ยวให้เข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิต

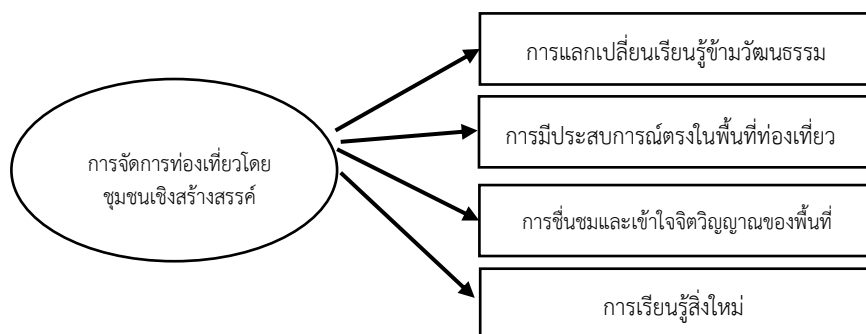
^๙ Baggs, J. G. & Schmitt M. H., “End-of-Life Decisions in adult Intensive care: Current research base and directions for Future”, *Nursing Outlook*, Vol 41 No 3 (2000): 158-164.

ศิลปหัตถกรรม และมรดกวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงตัวแปร และดัชนีของตัวแปร ได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้าม วัฒนธรรม (Reciprocating)	๑. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ๒. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ๓. ให้คนหลากหลายทักษะ หลากหลายวิธีคิดทำงาน ๔. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน ๕. มีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้
	การมีประสบการณ์ตรงใน พื้นที่ท่องเที่ยว (Experiencing)	๑. ประสบการณ์การสัมผัสผัส (ประสาทสัมผัส) ๒. ประสบการณ์ทางอารมณ์ ๓. ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ๔. ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม ๕. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคม
	การชื่นชมเข้าใจจิต วิญญาณของพื้นที่ (Appreciating)	๑. เข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม ๒. เข้าใจสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยว ๓. มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง ๔. ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิต ๕. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ ทำ ให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น
	การเรียนรู้สิ่งใหม่ (Lifelong Education)	๑. ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ๒. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการ สร้างสรรค์ของตนเอง ๓. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของ พื้นที่ ๔. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิ ปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม ๕. การแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสมการเพื่อสร้างโมเดลการวัด (Measurement Model) ดังนี้



ภาพที่ ๒.๒ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิด

๒.๒ องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ในการศึกษาวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยกำหนดกระบวนการในการทบทวนวรรณกรรมโดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทต่าง ๆ โดยข้อมูลที่นำมาสังเคราะห์แต่ละเรื่องให้ข้อค้นพบแต่ละมุมของปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และเมื่อนำผลการวิจัยมาสังเคราะห์รวมกัน ทำให้ผลการสังเคราะห์ที่ได้รับจะมีความกว้างขวางและลุ่มลึกมากกว่าที่จะได้รับจากงานวิจัยแต่ละเรื่อง^{๑๐} เพื่อสังเคราะห์เป็นโมเดลโครงสร้าง (Structural Model)

๒.๒.๑ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เริ่มตั้งแต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก และปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยชุมชนมีอิทธิพลทางบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผ่านการจัดการด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว กระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วม

^{๑๐} Cooper, H. & Lindsay, J.J, “Research Synthesis and Meta-Analysis”, In Bickman, L. & Rog, D.J. (eds.), *Handbook of Applied Social Research Methods*, (California: Sage Foundation, 1997), pp. 315-337.

โดยต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จากการทบทวนวรรณกรรมดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ ๒.๒ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร																	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
๑	ศุภมาส แหวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐)	√	√	√							√								
๒	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)	√			√	√	√	√			√								
๓	นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)	√				√	√		√		√								
๔	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙)	√					√	√		√									
๕	วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐)						√		√	√	√								
๖	ประพันธ์พงษ์ ชิมพงษ์ (๒๕๖๐)		√			√	√				√				√				
๗	เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐)	√			√						√		√						
๘	ลักษณา เกษราพันธ์ และ คณะ (๒๕๕๙)	√							√	√	√					√	√	√	
๙	ปวีณา นามประภาสม (๒๕๕๙)	√				√		√							√				
๑๐	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐)	√					√			√	√								
๑๑	ปฐุม หงส์สุวรรณ และนิม นวล จันทบุญ (๒๕๖๐)	√				√	√				√								
๑๒	ธนิษฐ์กุล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙)	√				√				√		√							
๑๓	วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕)	√				√	√	√	√										
๑๔	กรกช ทรายู และคณะ (๒๕๖๐)						√	√	√	√	√					√			
๑๕	โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖)					√	√			√						√			
๑๖	คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙)	√					√		√	√						√			

ตารางที่ ๒.๒ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร																	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
๑๗	กันตภณ แก้วสง่า และ นิศาชล จำนงค์ (๒๕๕๘)	√				√					√			√					
๑๘	นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)					√	√	√	√		√				√	√			
๑๙	รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพขารี (๒๕๕๙)						√			√			√			√			√
๒๐	Mc. Kinsey Adhikary (๑๙๙๕)	√						√		√			√			√			√
		๑๔	๑	๑	๑	๑๐	๑๓	๖	๗	๕	๑๒	๑	๓	๑	๓	๕	๑	๑	๑

หมายเหตุ: การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร

A - การส่งเสริม สนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม/การมีส่วนร่วม/การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว B - การติดต่อสื่อสาร/การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว C - การเมืองท้องถิ่น D - ภาวะผู้นำ E - เครือข่าย/องค์กร F - การระดมทรัพยากร/แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/สิ่งแวดล้อม/ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว/การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว/การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว/สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ด้านการจัดการ G - ทักษะและความรู้/กระบวนการเรียนรู้ H - กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม I - การบริการท่องเที่ยว/ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว/สิ่งอำนวยความสะดวก/คุณภาพการให้บริการ/ที่พัก/กลยุทธ์การจัดการ J - การตลาด/การประชาสัมพันธ์/การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการ ข่าวสารการท่องเที่ยว K - ด้านการเงินและทรัพยากร L - โครงสร้างการบริหาร M - นักท่องเที่ยว N - การฝึกอบรม/การพัฒนาศักยภาพ O - ชุมชน/คนในชุมชน P - การสร้างสรรค์ Q - การอนุรักษ์/การตระหนัก/ผลกระทบที่ได้รับ (บวก/ลบ) /การปลูกฝังจิตสำนึก R - การแข่งขัน

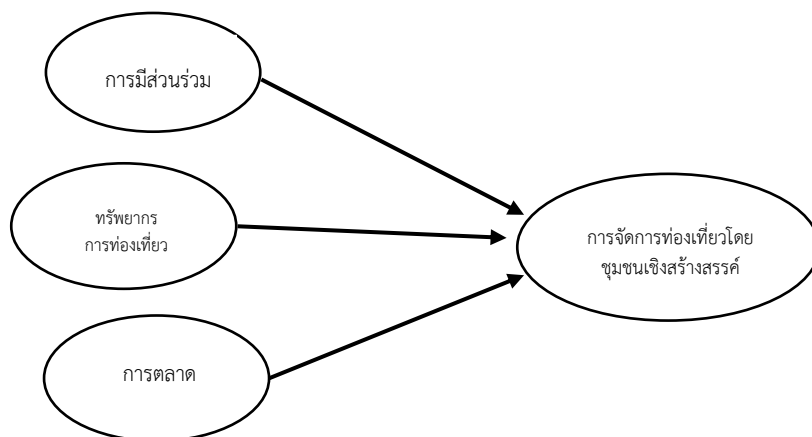
เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า มีการให้น้ำหนักในประเด็นด้านการมีส่วนร่วม (การระดมทรัพยากร/แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/สิ่งแวดล้อม/ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว/การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว/การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว/สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ด้านการจัดการ) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (การส่งเสริม สนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม/การมีส่วนร่วม/การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว) และด้านการตลาด (การตลาด/การประชาสัมพันธ์) มาเป็น ๓ อันดับแรก แต่ในขณะเดียวกันด้านบริการ

และความปลอดภัย และด้านการเรียนรู้มีความถี่ในระดับรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของมาตรฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กำหนด เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยที่ประชาชนมีส่วนร่วมและสร้างการยอมรับกับผู้ที่เกี่ยวข้องการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยเลือกในระดับความถี่สูงสุด ๓ ระดับแรก พบว่า

ตารางที่ ๒.๓ การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

รายละเอียดตัวแปร				
ที่	รหัส	รายละเอียด	ความถี่	ชื่อตัวแปรใหม่
๑	A	การส่งเสริม สนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม / การมีส่วนร่วม / การวางแผนของ ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว	๑๔	การมีส่วนร่วม
๒	F	การระดมทรัพยากร / แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม / ด้านพื้นที่และ ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว / การจัดการ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว / การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว / สิ่งดึงดูดใจ ในการท่องเที่ยว / ด้านการจัดการ	๑๓	ทรัพยากรการท่องเที่ยว
๓	J	การตลาด / การประชาสัมพันธ์	๑๒	การตลาด

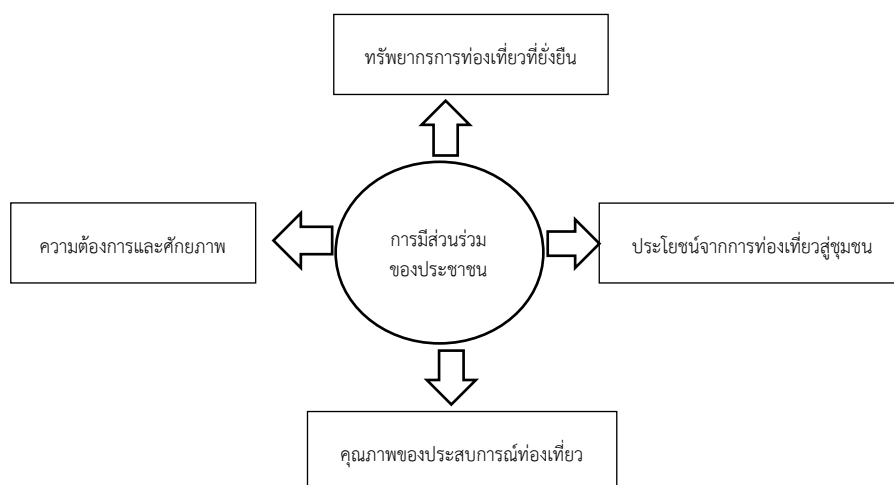
ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสมการโครงสร้างตามตัวแปรแฝงภายนอกที่ส่งผลต่อตัวแปรแฝงภายใน ดังนี้



ภาพที่ ๒.๓ Structural Model ที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย

๒.๒.๒ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม

ชุมชนท่องเที่ยวแต่ละชุมชนมีบริบทของสภาพพื้นที่ กิจกรรม และรายละเอียดที่แตกต่างกัน ดังนั้นการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมากเนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่น มีศิลปวัฒนธรรมเป็นของตนเองและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นอยู่แล้ว จึงสามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชน โดยการเริ่มจากความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการในการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความต้องการ เพื่อเจรจาข้อตกลงร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ของชุมชน ลดข้อขัดแย้งจากความแตกต่างของความคิดและคุณค่า นอกจากนี้การที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้นจะก่อให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกันและให้การสนับสนุนในการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนระบบคิดของชุมชนที่เคยหวังรับการช่วยเหลือจากรัฐหรือหน่วยงานภายนอกมาเป็นการพึ่งตนเอง ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับสูงและกว้างขวางมีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการจัดการชุมชนและเมืองที่ยั่งยืน



ภาพที่ ๒.๔ แนวคิดการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน^{๑๑}

๑) ชุมชนต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านพื้นที่ และสิ่งดึงดูดใจ และสามารถเข้าถึงได้ หรือไม่ได้รับความเห็นชอบให้เข้าไปดำเนินการจัดบริการท่องเที่ยวได้

๒) ต้องมีตลาดการท่องเที่ยวอยู่แล้วในพื้นที่ หรือบริเวณใกล้เคียง หรือมีโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน

๓) ชุมชนต้องมีองค์กรรองรับสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

๔) ชุมชนต้องมีทักษะ และความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ เช่น การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดการระบบการเงิน การบัญชี การให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น มัคคุเทศก์ ที่พัก อาหาร การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการติดต่อประสานงาน เป็นต้น

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อค้นหาคุณลักษณะของปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

^{๑๑} ดร.ชนิ เอมพันธ์ และเรณูภา กลีบสุข, “การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน” ในเอกสาร การสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน หน่วยที่ ๙-๑๕, (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๔), หน้า ๑๔-๑๕.

ตารางที่ ๒.๔ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
๑	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐)					√	√		√		
๒	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)			√	√	√					
๓	นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)			√			√				
๔	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙)	√	√	√	√						
๕	เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐)			√		√		√			
๖	ลัทธินา เกตุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙)			√		√					√
๗	ปวีณา งามประภาสม (๒๕๕๙)	√	√	√						√	
๘	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารีผลานสินธุรงค์ (๒๕๖๐)	√	√	√		√					
๙	ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทบุญ (๒๕๖๐)		√	√		√		√			
๑๐	ธนิศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙)	√		√	√	√				√	
๑๑	วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕)	√	√	√	√	√					
๑๒	คมพล สุวรรณภูฏ และคณะ (๒๕๕๙)	√	√	√		√					
๑๓	กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (๒๕๕๘)		√	√	√		√	√			
๑๔	Adhikary Mc. Kinsey (๑๙๙๕)			√				√		√	
		๖	๗	๑๓	๕	๙	๓	๔	๑	๓	๑

หมายเหตุ: การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร

A - คิด/เสนอแนะ B - วางแผน C - ปฏิบัติ/กระบวนการมีส่วนร่วม/รูปแบบการมีส่วนร่วม/แลกเปลี่ยนประสบการณ์ D - ประเมินผล E - รับผลประโยชน์/รับผิดชอบ F - ส่งเสริมสนับสนุน/ผู้มีส่วนร่วม G - ติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน H - การเมืองท้องถิ่น I - ตัดสินใจ J - ประชาสัมพันธ์/การตลาด

การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม โดยเลือกในระดับความถี่สูงสุด ๔ ระดับแรก พบว่า

ตารางที่ ๒.๕ การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการมีส่วนร่วม

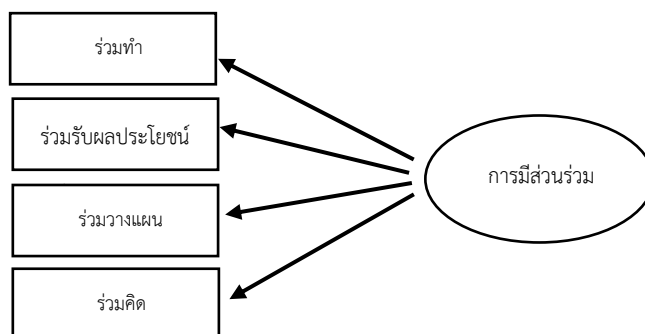
รายละเอียดตัวแปร				
ที่	รหัส	รายละเอียด	ความถี่	ชื่อตัวแปรใหม่
๑	C	ปฏิบัติ / กระบวนการมีส่วนร่วม	๑๓	ร่วมทำ
๒	E	รับผลประโยชน์ / รับผิดชอบ	๙	ร่วมรับผลประโยชน์
๓	B	วางแผน	๗	ร่วมวางแผน
๔	A	คิด / เสนอแนะ	๖	ร่วมคิด

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดขึ้นในระดับปฏิบัติการ จากการเตรียมการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างพร้อมเพรียง ความรับผิดชอบในหน้าที่ รวมถึงความกระตือรือร้นในการจัดการท่องเที่ยว^{๑๒} โดยต้องคำนึงองค์ประกอบในด้านพื้นที่ การจัดการ การกำหนดกิจกรรมและกระบวนการ^{๑๓} เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทั้งการวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติรวมถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกัน^{๑๔} ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างโมเดลการวัด (Measurement Model) ดังนี้

^{๑๒} เจนจิรา อักษรพิมพ์, “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา”, วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๔๕-๑๔๘.

^{๑๓} ลักษณ์ เกษราพันธ์ และคณะ, “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘), หน้า ๑๗๑.

^{๑๔} ปวีณา งามประภัสสม, “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่หลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง”, วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑๖ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๗๘.



ภาพที่ ๒.๕ องค์ประกอบการมีส่วนร่วมที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและข้อค้นพบจากผลงานวิจัย

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย

๑) ร่วมทำ

ประชาชนจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ เต็มกำลัง ความรู้ ความสามารถของตนเอง ออกแรงในการทำกิจกรรมโครงการ ดำเนินงานตามแผนเพื่อมุ่งบรรลุเป้าหมายของกลุ่มที่กำหนดไว้ด้วยความร่วมแรง ร่วมใจ ร่วมสนับสนุน^{๑๕} การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ^{๑๖}

ขณะเดียวกันคนในชุมชนหรือท้องถิ่นสามารถมีส่วนร่วมในการทำได้ ๓ รูปแบบ คือ

(๑) การมีส่วนร่วมในการสละทรัพยากร ซึ่งสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ ได้แก่ สละแรงงาน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และข้อมูลข่าวสาร ทั้งหมดนี้ถือเป็นแหล่งทรัพยากรหลักที่สำคัญซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้เพื่อพัฒนาโครงการ การส่งเสริมโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ดี การบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์และอื่น ๆ เป็นการแสดงให้เห็นทิศทางที่ชัดเจนของการมีส่วนร่วม สิ่งสำคัญของการมีส่วนร่วมนี้ คือ การรู้ว่าใครเป็นผู้สนับสนุนและทำอะไรโดยวิธีการสมัครใจ การได้รับค่าตอบแทนหรือโดยการบีบบังคับ การสนับสนุน เรื่องทรัพยากรบ่อยครั้งที่พบว่ามีความไม่เท่าเทียมกันและการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว

(๒) การมีส่วนร่วมในการบริหารและการประสานงานคนในท้องถิ่นสามารถรวมตัวกันในการปฏิบัติงานโดยการเป็นลูกจ้างหรือสมาชิกทีมที่ปรึกษาหรือเป็นผู้บริหารโครงการ เป็นสมาชิกอาสา ซึ่งทำหน้าที่ประสานงานกิจกรรมของโครงการ มีการฝึกอบรมให้รู้เทคนิคการปฏิบัติงานใน

^{๑๕} ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด”. วารสารธรรมศาสตร์, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๐): ๗๑.

^{๑๖} Cohen, J.M. and Uphoff, N.T., *Rural Development Participation*, (New York: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation, 1978), p. 179.

โครงการสำหรับผู้เข้ามาบริหารหรือประสานงานวิธีนี้นอกจากจะเพิ่มความไว้วางใจให้กับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นแล้ว ส่วนหนึ่งยังช่วยทำให้เกิดความตระหนักถึงปัญหาของตนเอง อีกทั้งยังทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลภายในและได้รับคำแนะนำซึ่งเป็นปัญหาของคนในท้องถิ่นตลอดจนผลกระทบที่ได้รับเมื่อโครงการเข้ามา

(๓) การมีส่วนร่วมในการขอความร่วมมือ ทั้งนี้การขอความร่วมมือไม่จำเป็นต้องมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่เป็นพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่ว่าผลเสียที่ตามมาหลังจากนำโครงการเข้ามาและผลที่เกิดกับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่เข้าร่วมในโครงการ

กล่าวโดยสรุปว่า การมีส่วนร่วมในการลงมือทำ (Implementation) เป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

๒) ร่วมรับผลประโยชน์

การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานานและมีผลในทางเศรษฐกิจที่ไม่ควรมองข้าม การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์แบ่งได้ ๓ รูปแบบ คือ

๒.๑) ผลประโยชน์ด้านวัตถุ ถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล เช่น เป็นการเพิ่มการบริโภค รายได้ และทรัพย์สิน แต่สิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้การสรุปข้อมูลล้มเหลวทั้งนี้ควรวิเคราะห์ให้ได้ว่าใครคือผู้มีส่วนร่วมและดำเนินการให้เกิดขึ้น

๒.๒) ผลประโยชน์ด้านสังคม ถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานด้านสาธารณะ ได้แก่ บริการหรือความพึงพอใจในระบบสาธารณสุขโรค การเพิ่มโครงการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้รูปแบบการผสมผสานเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนยากจน ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ทั้งในเรื่องปริมาณ การแบ่งผลประโยชน์ และคุณภาพบริการและความพึงพอใจ

๒.๓) ผลประโยชน์ด้านบุคคล ถือเป็นความปรารถนาที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มหรือได้รับการคัดเลือกเข้ามา เป็นความต้องการอำนาจทางสังคมและการเมืองโดยผ่านความร่วมมือในโครงการ ผลประโยชน์สำคัญที่ได้จากโครงการมี ๓ อย่าง คือ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง อำนาจทางการเมือง และความรู้สึกว่าตนเองทำงานมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ควรศึกษาผลเสียที่จะเกิดขึ้นตามมาภายหลังด้วย เพราะอัตราการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความแตกต่างกัน และจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องว่าจะให้ใครมีส่วนร่วม ทั้งนี้หากผลที่ออกมาตรงกันข้ามกับความคาดหวังจะได้แก้ไขเพื่อหาแนวทางที่มีความเป็นไปได้ในการวางรูปแบบใหม่^{๑๗}

^{๑๗} Cohen, J.M. and Uphoff, N.T., *Rural Development Participation*, p. 178.

การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย ผลประโยชน์อาจไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปของเงิน วัตถุ สิ่งของ แต่อาจเป็นความสุขสบาย ความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นก็ได้^{๑๘} ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารระหว่างรัฐและประชาชนอย่างจริงจัง เป้าหมายคือ การทำงานร่วมกับประชาชนเพื่อสร้างความมั่นใจว่า ความต้องการและความคิดเห็นของประชาชนจะได้รับการพิจารณา^{๑๙}

กล่าวโดยสรุปว่า การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐ ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจ และความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

๓) ร่วมวางแผน

การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานว่าจะจัดกิจกรรม โครงการ การแบ่งหน้าที่ การจัดหาและบริหารงบประมาณ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมโครงการ และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการโครงการเหมาะที่จะใช้สำหรับการพิจารณาประเด็นที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก^{๒๐} ในการวางแผนจัดการเตรียมความพร้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประจำปี และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนร่วมตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์กฎระเบียบ และแนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน^{๒๑}

^{๑๘} อรทัย ก๊กผล, การบริหารปกครองสาธารณะ: การบริหารรัฐกิจในศตวรรษที่ ๒๑, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, ๒๕๕๖), หน้า ๙๘-๑๐๐.

^{๑๙} United Nation, “Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and Nation Development Report of The Meeting for The Ad hoc Group of Expert”, Department of Internation Economic and Social Affair, (New York: United Nation, 1981), p. 124.

^{๒๐} บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และถวิลวดี บุรีกุล, ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy), (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๔๘), หน้า ๒๙-๓๐.

^{๒๑} ถวิลวดี บุรีกุล, การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๔๘), หน้า ๒.

รูปแบบของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน ๕ รูปแบบ ดังนี้

- (๑) การรวบรวมข้อมูลรายละเอียดของโครงการต่าง ๆ
- (๒) การวิเคราะห์หรือสรุปปัญหา
- (๓) การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา
- (๔) ดำเนินการแก้ไขปัญหา
- (๕) ติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และ

ปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น^{๒๒}

กล่าวโดยสรุปว่า การมีส่วนร่วมในการวางแผน (Planning) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๔) ร่วมคิด

เป็นลักษณะการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความคิดเห็นประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นประชาชนจะเข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นผู้ให้ข้อมูล การตัดสินใจเป็นบทบาทของชุมชน โดยข้อมูลที่ให้ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์แต่เป็นการให้ข้อเท็จจริงที่มีความครอบคลุมเพียงพอเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจอย่างสมเหตุ สมผล^{๒๓} นับการมีส่วนร่วมในระดับให้ข้อมูลข่าวสาร (Inform) ซึ่งเป็นระดับเริ่มต้นประชาชนมีบทบาทน้อย เป้าหมายคือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและถูกต้องแก่ประชาชน รวมทั้งเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหา ทางเลือก และทางแก้ไข เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ เสียงตามสาย ฯลฯ คำสัญญาที่หน่วยงานให้กับประชาชน คือ การให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและถูกต้อง^{๒๔} ในการร่วมคิดนั้น กระบวนการเริ่มตั้งแต่การเกิดจิตสำนึกในตนเอง และถือเป็นภาระหน้าที่ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ และวิเคราะห์ว่า สาเหตุปัญหาของชุมชนคืออะไร ควรมีการจัดลำดับ

^{๒๒} Delbecq, A. L. & Andrew, H. V., “ A Group Process Model for Problem Identification and Program Planning”, *Applied Behavioral Sciences*, Vol 7 No 10 (1971): 466-492.

^{๒๓} ธนศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์”, *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๔๗๑.^{๒๔} สำนักส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน, *คู่มือการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของประชาชน*, (กรุงเทพมหานคร: กรมชลประทาน, ๒๕๕๕), หน้า ๑๐-๑๑.

ความสำคัญเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา^{๒๕} คนในชุมชนริเริ่มระบุถึงปัญหาและความต้องการ ลำดับความสำคัญของปัญหา ศึกษาถึงปัญหาและสาเหตุ รวมถึงการให้คำปรึกษาหารือ (to Consult) หรือการรับฟังความคิดเห็น เป็นกระบวนการที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงและความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจด้วยวิธีต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุปว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด

การมีส่วนร่วมแม้จะมีกระบวนการในการตัดสินใจ (Decision Making) แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจแต่เพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินงาน (Implementation) ด้วย และการตัดสินใจก็ยังเกี่ยวข้องกับชุมชนในเรื่องของผลประโยชน์ (Benefits) การประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมการพัฒนาด้วยซึ่งถือเป็นการเข้าร่วมในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินการทั้งหมด การพิจารณาการมีส่วนร่วมเป็นทั้งเป้าหมายและวิธีการนำไปสู่การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ในการจะบรรลุเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวเองโดยการแสดงออกซึ่งเสรีภาพของประชาชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากแต่ทุกอย่างประชาชนจะต้องคิดค้นขึ้นมาเอง อาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นถูกให้ความหมายไปในลักษณะที่เน้นการให้ประชาชนมีโอกาสเป็นผู้กำหนดการตัดสินใจคิดค้นปัญหาและการดำเนินงานขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดการ คือ การที่ประชาชนได้เพิ่มศักยภาพในการควบคุมทรัพยากร รวมถึงตลอดถึงการใช้การจัดการทรัพยากรที่มีในสังคมด้วยตนเอง

กล่าวโดยสรุปในภาพรวมว่า จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทข้างต้น พบว่า องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

๑. การร่วมทำ (Implementation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในการลงมือทำ เป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

^{๒๕} อรทัย ก๊กผล, **คู่มือ คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น**, (กรุงเทพมหานคร: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์, ๒๕๕๒), หน้า ๑๗-๑๘.

๒. ร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits) หมายถึง การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบาย จากการบริการของภาครัฐ ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่ง อำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจ และ ความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

๓. ร่วมวางแผน (Planning) หมายถึง การมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการ ท้องถิ่นโดยชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและ ปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๔. ร่วมคิด (Thinking) หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ร่วมวางกฎ ระเบียบของชุมชน ร่วม ตัดสินใจ และร่วมรับฟังความคิดเห็น

ตารางที่ ๒.๖ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การมีส่วนร่วม	การร่วมทำ (Implementation)	๑. การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร ๒. การร่วมกิจกรรม ๓. การประสานขอความร่วมมือ ๔. การดำเนินงานตามแผนงาน ๕. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ ๒.๖ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (ต่อ)

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การมีส่วนร่วม	ร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐ ๒. ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ๓. สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ๔. ร่วมดำเนินธุรกิจ ๕. ความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
	ร่วมวางแผน (Planning)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา ๒. มีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของการจัดการ ๓. มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ๔. มีส่วนร่วมในการกำหนดการใช้ทรัพยากร ๕. มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ
	ร่วมคิด (Thinking)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. ร่วมแสดงความคิดเห็น ๒. ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ๓. ร่วมวางกฎ ระเบียบของชุมชน ๔. ร่วมตัดสินใจ ๕. ร่วมรับฟังความคิดเห็น

๒.๓.๓ ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และ/หรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิง

การท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะของรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ถ้ำ น้ำตก และของที่ระลึก เป็นต้น และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้องแต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการเล่นการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมรวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณีโบราณมาสู่ชนรุ่นหลัง เช่น ศิลปะการแสดง การแต่งกายแบบโบราณ ภาษาพื้นเมือง ความเชื่อเรื่องวิญญาณ กิจกรรมการยิงชีพแบบดั้งเดิมของชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่ง และมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทั้งนี้ยังรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก หรือพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยวัตถุประสงค์ดั้งเดิม ที่สร้างขึ้นนั้นอาจไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น เขื่อน โรงงานผลิตเบียร์ โรงงานเครื่องปั้นดินเผา สวนองุ่น และหมู่บ้านของชาวนาชาวไร่ เป็นต้น คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และหรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะของรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้ำ และน้ำตก และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้องแต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต เป็นต้น

การจำแนกประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถทำได้ใน ๒ ลักษณะ คือ จำแนกตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว และจำแนกตามพื้นที่และลักษณะของทรัพยากร ดังนี้

๑) การจำแนกประเภทตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑.๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) หมายถึง ทรัพยากรทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ เช่น พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะแก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความงดงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ

๑.๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์

โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical Resources) หมายถึง พื้นที่ หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่เหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมาและพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ ทั้งนี้รวมถึงวัตถุต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วย เช่น พระพุทธรูป และเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

๑.๓) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

ประเพณี และกิจกรรม รวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณีโบราณมาสู่ชนรุ่นหลัง เช่น ศิลปะการแสดง การแต่งกายแบบโบราณ ภาษาพื้นเมือง ความเชื่อเรื่องวิญญาณ กิจกรรมการยิงชีพแบบดั้งเดิมของชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่ง และมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทั้งนี้ยังรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก หรือพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยวัตถุประสงค์ดั้งเดิมที่สร้างขึ้นนั้นอาจไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น เขื่อน โรงงานผลิตเบียร์ โรงงานเครื่องบินดินเผา สวนอ่งุ่น และหมู่บ้านของชาวนาชาวไร่ เป็นต้น

๒) การจำแนกตามพื้นที่และลักษณะของทรัพยากรพื้นที่

การจำแนกตามพื้นที่เป็นที่ตั้งของทรัพยากรนั้น ๆ และลักษณะที่เป็นธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น เมื่อพิจารณาเกณฑ์ทั้ง ๒ นี้ประกอบกัน สามารถจำแนกได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๒.๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นผู้ใช้ประโยชน์ (User-oriented Areas) ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ชุมชน การเข้าถึง (Accessibility) เพื่อประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวจึงกระทำได้ง่ายสะดวก เพราะมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นมารองรับกิจกรรมการใช้ประโยชน์ และสนองความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มรูปแบบ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะสร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่น สวนสาธารณะในเขตเมือง สนามเด็กเล่น สนามกีฬา และสวนสนุก เป็นต้น

๒.๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวกึ่งธรรมชาติ (Intermediate Areas) มักตั้งอยู่ห่างไกลจากชุมชนมากกว่าประเภทแรก แต่มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เปิดโอกาสให้เดินทางเข้าถึงได้สะดวก เช่น รีสอร์ท อุทยาน และวนอุทยาน

๒.๓) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ (Resource-based Areas) ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีลักษณะเด่นแตกต่างจากทรัพยากรในสองกลุ่มข้างต้นตรงที่มีความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมมากกว่า และนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะประกอบกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายมากกว่า เช่น การดูนก (Bird Watching) และการเดินป่า (Trekking) ความหลากหลายในการประกอบกิจกรรมนี้จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรพื้นฐานว่าเป็นลักษณะใด หากทรัพยากรพื้นฐานเป็นพื้นที่ชายทะเล ก็เหมาะสมสำหรับกิจกรรมเล่นน้ำ ว่ายน้ำ อาบแดด หรือดำน้ำ เป็นต้น หากเป็นพื้นที่ป่าก็เหมาะสมกับกิจกรรมเดินป่า/ศึกษาธรรมชาติ หรือกิจกรรมพักผ่อนโดยการไต่เต็นท์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบเน้นธรรมชาตินี้ส่วนใหญ่จะอยู่ห่างไกลจากเขตชุมชน และบางแห่งการเดินทางเข้าถึงยังไม่สะดวกเท่าที่ควร

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้ในถิ่นที่อยู่บริเวณบ่อเกิดแห่งที่หรือศูนย์ความรู้ที่ให้เข้าไปศึกษาหาความรู้ ความเข้าใจ และความชำนาญ ช่วยเชื่อมโยงเรื่องราวในท้องถิ่น พัฒนา

คุณลักษณะและความคิด ความเข้าใจในคุณค่า และทัศนคติ ค่านิยม มีทักษะการแสวงหาความรู้ สามารถจัดการความรู้ ซึ่งมีความสำคัญ และความหมายอย่างยิ่งสำหรับนักทอ่งเทียว^{๒๖} ดังนั้นการบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นยังประโยชน์ และสามารถสร้างจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชน หากกล่าวถึงการทำงานให้ประสบความสำเร็จตามแนวพระพุทธศาสนา หลักพื้นฐานแห่งความสำเร็จหรือทางสู่ความสำเร็จประกอบด้วย ๔ ประการคือ มีใจรักงาน พากเพียรทำ จดจำจ้อจิด และวินัย^{๒๗} ก็จะสามารถใช้ปัญญาพิจารณา ไตร่ตรองถึงข้อบกพร่อง ข้อที่ควรแก้ไข หาทางปรับปรุง แก้ไข^{๒๘} เพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะ การบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของชุมชน

กล่าวโดยสรุปว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่าง ๆ โดยอาจเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรืออาจเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนได้ จึงนับได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนอีกด้วย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบททรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อค้นหาคุณลักษณะของปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

ตารางที่ ๒.๗ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร										
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
๑	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)	√	√									
๒	นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)	√	√	√	√		√					

^{๒๖} เพลินพิศ สมสกุล, “การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ในชุมชนประเภทพิพิธภัณฑ์และวัด: กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี”, วารสารกระแสวัฒนธรรม, ปีที่ ๑๗ ฉบับที่ ๓๒ (๒๕๕๙): ๓๓.

^{๒๗} ว. วชิรเมธี, คนสำราญ งานสำเร็จ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๔, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์, ๒๕๕๑), หน้า ๙๒.

^{๒๘} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสภา และสถาบันบันลือธรรม, ๒๕๔๓), หน้า ๙๒.

ตารางที่ ๒.๗ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของ
ทรัพยากรการท่องเที่ยว (ต่อ)

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร										
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
๓	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙)	√				√	√					
๔	วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐)		√	√		√		√	√			
๕	ประพันธ์พงษ์ ชิมพงษ์ (๒๕๖๐)		√			√		√		√	√	
๖	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐)		√			√				√	√	
๗	ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมมวล จันทฤษฎ (๒๕๖๐)		√	√		√		√				
๘	วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕)	√		√								
๙	กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐)		√	√	√	√		√	√	√		
๑๐	ไตรจิตลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖)	√	√			√	√	√				
๑๑	คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙)	√	√	√						√	√	
๑๒	นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)		√	√		√		√				
๑๓	รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพขารี (๒๕๕๙)	√		√								√
		๗	๑๐	๘	๒	๘	๓	๖	๒	๔	๓	๑

หมายเหตุ: การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร

A - ชุมชน/สิ่งแวดล้อม/แหล่งท่องเที่ยว B - สิ่งอำนวยความสะดวก/การบริการ C - กิจกรรมการท่องเที่ยว D - การส่งเสริมการตลาด E - สิ่งดึงดูดใจ F - ความปลอดภัย G - การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว H - ที่พัก I - การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว J - การรองรับนักท่องเที่ยว K - อาหารพื้นบ้าน/ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเลือกในระดับความถี่สูงสุด ๔ ระดับแรก พบว่า

ตารางที่ ๒.๘ การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบททรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่	รายละเอียดตัวแปร		ความถี่	ชื่อตัวแปรใหม่
	รหัส	รายละเอียด		
๑	B	สิ่งอำนวยความสะดวก / การบริการ	๑๐	สิ่งอำนวยความสะดวก
๒	C	กิจกรรมการท่องเที่ยว	๘	กิจกรรม
๓	E	สิ่งดึงดูดใจ	๘	สิ่งดึงดูดใจ
๔	A	ชุมชน / สิ่งแวดล้อม / แหล่งท่องเที่ยว	๗	พื้นที่

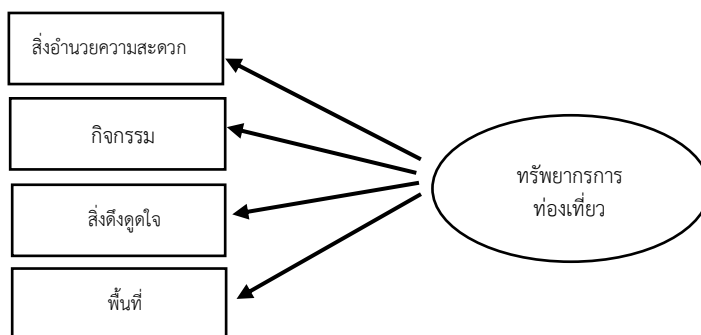
การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะต้องเริ่มจากการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายกับทุกช่วงวัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เน้นการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนาการตลาดการสื่อสารแบบบูรณาการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายท่องเที่ยว^{๒๙} บนฐานของแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย ๖ ตัวชี้วัดดังนี้ คือ ความน่าสนใจ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร^{๓๐}

กล่าวโดยสรุปว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และพื้นที่ ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจาก

^{๒๙} กรกช ตราชู และคณะ, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครบรอบ ๒๓ ปี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๔ (๒๕๖๐): ๑๖๘.

^{๓๐} ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี”, วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๖): ๕๖.

ผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างโมเดลการวัด (Measurement Model) ดังนี้



ภาพที่ ๒.๖ องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย

องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางตรงในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย

๑) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่ท่องเที่ยวนานวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง แล้วถือเป็นผลพลอยได้ในกาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นบริการด้านการตลาด การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำ ความสะดวกของห้องน้ำ ความสะดวกของการเดินทาง สถานที่จอดรถ^{๓๑} มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สถานีบริการเชื้อเพลิง ปตท. ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก

^{๓๑} นราวดี บัวขวัญ, “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลอง อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา”, *ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม*, (บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖), หน้า ๑๗๙.

ความสะดวกครบวงจร สถานพยาบาล สถานีตำรวจภูธร นอกจากนี้ยังมีร้านจำหน่ายของฝาก^{๓๒} การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว^{๓๓} มีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ มีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงเพื่อเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยว^{๓๔} มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการจากตัวเมืองถึงแหล่งท่องเที่ยว แผนป้ายบอกชื่อสถานที่สำคัญ อธิบายประวัติ หรือข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย^{๓๕} มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวรวมถึงควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้ดีขึ้น และมีศักยภาพในการพัฒนาจากปัจจัยภายนอกทั้งภาครัฐ และเอกสารในการให้การสนับสนุน^{๓๖}

กล่าวโดยสรุปว่า สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ สิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ประกอบด้วย มีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ มีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงทั่วทั้งจังหวัด และมีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว

^{๓๒} วันชัย พวงเงิน และคณะ, “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมน้ำ ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย”, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: เทศบาลตำบลกงไกรลาศ อำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย, ๒๕๖๐), หน้า ๒๐๘.

^{๓๓} พรรณีธิดา เหล่าวงศ์ศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, ๒๕๖๐), หน้า ๑๔๔.

^{๓๔} ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”, **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๐): ๑๐๐.

^{๓๕} คมพล สุวรรณภูฏ และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘), หน้า ๑๗๕.

^{๓๖} ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”, **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**: ๑๐๙.

๒) กิจกรรม (Activities)

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้แก่การท่องเที่ยว และชุมชนสามารถนำความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน^{๓๗} เป็นกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะ และความสนใจแก่นักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการจัดแสดงกิจกรรมทางวัฒนธรรม และสนับสนุนกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวของภาคีต่าง ๆ ถือว่าเป็นภารกิจหลักที่คนในชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เพราะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจะทำเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่ได้ จะต้องได้รับการยอมรับจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว^{๓๘}

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ รูปแบบกิจกรรม ความสอดคล้องของกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวและความมีเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน^{๓๙} ควรเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่น ชุมชนอาจมีการจัดให้มีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย อาจเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตทั่วไป ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาชีพอื่น ๆ ในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียงก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและสถานที่ทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา ควรมีการผสมผสานทั้งกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศชุมชน กึ่งนิเวศชุมชนและเชิงวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ ตามศักยภาพของพื้นที่ด้วย^{๔๐} โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือนอาจมีความสนใจที่หลากหลายและต้องการ

^{๓๗} นพพร จันทรนำชู, ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี่, “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๓๗.

^{๓๘} วันชัย พวงเงิน และคณะ, “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมน้ำ ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย”, **รายงานวิจัย**, หน้า ๒๑๒.

^{๓๙} นราวดี บัวขวัญ, “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลอง อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา”, **คุณวุฒิพนธ์ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม**, หน้า ๑๖๖.

^{๔๐} ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทฤณ, “การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม”, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๖๐), หน้า ๒๕๒.

ความแตกต่างด้วยเช่นกันเน้นการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น^{๔๑} ประยุกต์จุดเด่นต่าง ๆ ที่มีในพื้นที่และจัดทำเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเปลี่ยนแปลงทุกปี^{๔๒} โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความปลอดภัย ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และไม่ขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย

กล่าวโดยสรุปว่า กิจกรรม (Activities) คือ สิ่งจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่การท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย กิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน และเปิดโอกาสให้ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

๓) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูด หรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจหลายจุดหลายแห่งจะมีนักท่องเที่ยวสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้น ๆ ทั้งสถานที่ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปะวิทยาการ สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปะหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ เป็นต้น^{๔๓}

นอกจากนี้วิถีชีวิตอันเกิดจากการกระทำของคนในสังคมในพื้นที่นั้น ๆ หรือการได้รับรางวัลหรือการชื่นชมในด้านต่าง ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมถึงรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแสดงการละเล่นประเพณีต่าง ๆ การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ หรือการจัดให้การท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายของการ

^{๔๑} กรกช ทราย และคณะ, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครบรอบ ๒๓ ปี: ๑๖๕.

^{๔๒} คมพล สุวรรณภู และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, รายงานวิจัย, หน้า ๒๕๕.

^{๔๓} พรรณิศา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, รายงานวิจัย, หน้า ๗๘.

ท่องเที่ยว โดยนำทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงมาพัฒนาควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น^{๔๔} ทั้งที่เป็นกิจกรรมทั้งด้านวิถีชีวิต อาชีพ ประเพณี ศาสนา สังคม การทำมาหากิน ที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้มีโอกาสสัมผัส ควรจัดลำดับ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยอาจพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความน่าสนใจในทรัพยากรการ ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความมีเอกลักษณ์ สภาพความสมบูรณ์ การมีคุณค่าทั้ง คุณค่าทางประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม วิทยาการความรู้ ภูมิปัญญา ฯลฯ^{๔๕}

สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวแบ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม^{๔๖} ดังนั้นแล้วสิ่งดึงดูดจะต้องคงความเป็นงดงามของ ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว การสร้างอัตลักษณ์การ ท่องเที่ยว เป็นการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ที่ทำให้คนในชุมชนร่วมในพื้นที่ ซึ่งสามารถสร้างได้ จากองค์ประกอบของพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น บริบทแวดล้อม กิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรม สินค้าที่ ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจและสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการ ท่องเที่ยว^{๔๗} การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของ สินค้าและของที่ระลึก ความหลากหลายของกิจกรรมทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ความ สวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของ สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น^{๔๘} ก็เป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

^{๔๔} อานนท์ สิดาเพ็ง, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฮอกกีโดยการประยุกต์ทฤษฎีการ แลกเปลี่ยนทางสังคม”, *คุณภินิพนธ์ปรัชญาคุณภินิตติ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา*, (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙), หน้า ๓๘.

^{๔๕} ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมิต จันทบุญ, “การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม”, *รายงานวิจัย*, หน้า ๒๕๗.

^{๔๖} วันชัย พวงเงิน และคณะ, “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดย เครือข่ายชุมชนริมน้ำ ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภองงไกรลาศ จังหวัด สุโขทัย”, *รายงานวิจัย*, หน้า ๑๑.

^{๔๗} นพพร จันทรนำชู, ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี่, “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, *รายงานวิจัย*, หน้า ๑๓๑.

^{๔๘} ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, “การศึกษาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนา มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”, *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*: ๑๐๙.

กล่าวโดยสรุปว่า สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) คือ สิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้น ๆ ทั้งสถานที่ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วย ชุมชนยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง, มีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น, การเรียนรู้วิถีชีวิต หรือร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน, อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

๔) พื้นที่ (Place/Area)

แหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมความงามทางศิลปวัฒนธรรม และก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ แก่นักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ โครงสร้างพื้นฐาน ภูมิทัศน์ และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว^{๔๙} ศักยภาพของพื้นที่ คือ ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบสานต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งคนในชุมชนต้องรู้จัก รัก และหวงแหนในความเป็นตัวตนของตนเองในด้านศักยภาพของพื้นที่และจะต้องเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน และสามารถนำมาจัดการได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืนของทรัพยากรที่มีอยู่^{๕๐}

แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์^{๕๑} การจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีความพร้อมในด้านสถานที่ให้บริการ เช่น จุดพักของ

^{๔๙} นราวดี บัวขวัญ, “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลอง อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา”, *ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม*, หน้า ๘๑.

^{๕๐} กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช, “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโนน อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”, *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๑๑๑.

^{๕๑} อานนท์ สีดาเพ็ง, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม”, *ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา*, หน้า ๑๕.

นักท่องเที่ยวเป็นสัดส่วน^{๕๒} มีการจัดสรรพื้นที่ความรับผิดชอบของแหล่งท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน มีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว มีการให้ชุมชน สมาคม และชมรม มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม มีการจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการกำหนดจุดคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน เช่น ด้านประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต อาหาร และกิจกรรมต่าง ๆ ^{๕๓} แหล่งธรรมชาติมีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปว่า พื้นที่ (Place/Area) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ มีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง, มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์เป็นตัวแปรที่เหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทของ ในการศึกษาครั้งนี้ โดยสามารถแสดงตัวแปร และดัชนีของตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ได้ตามตาราง ดังนี้

^{๕๒} คมพล สุวรรณภู และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, รายงานวิจัย, หน้า ๒๕๕.

^{๕๓} กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว”, (อัดสำเนา), หน้า ๓

ตารางที่ ๒.๙ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
ทรัพยากร การท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านอาหารราคาเหมาะสม 2. ห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ 3. ที่พักราคาเหมาะสม 4. ถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงทั่วทั้งจังหวัด 5. มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว
ทรัพยากร การท่องเที่ยว	กิจกรรม (Activities)	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 2. กิจกรรมที่ไม่ขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย 3. กิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน 4. กิจกรรมก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว 5. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน
	สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชุมชนยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง 2. มีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น 3. การเรียนรู้วิถีชีวิต หรือร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน 4. อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความคิดสร้างสรรค์ 5. มีการสร้างความผูกพันกันระหว่างคนในท้องถิ่นโดยอาศัยความเชื่อ ประเพณีท้องถิ่น

ตารางที่ ๒.๙ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (ต่อ)

ตัวแปร	ดัชนี พื้นที่ (Place/Area)	ตัวชี้วัด
		๑. การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ ๒. มีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ๓. มีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ๔. มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ๕. มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

๒.๓.๔ ปัจจัยด้านการตลาด

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ต้องการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ต้องการนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถ และปริมาณที่ชุมชนต้องการ รวมถึงความสามารถทางธรรมชาติจะรองรับได้ดังนั้นในการวางแผนพัฒนาจัดการท่องเที่ยว จึงควรใช้แนวคิดของการสร้างแนวทางระวังป้องกันที่คาดการณ์ว่าจะเกิด ตามแนวคิดของ Butler^{๕๔} ที่แสดงถึงลักษณะทางพลวัตรของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักการตลาดและนักวางแผนจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแต่ละชุมชนจะนำมาใช้เพื่อกำหนดขอบเขตการทำงานของแต่ละฝ่าย ฝ่ายการตลาดจะนำมาใช้ในรูปแบบที่จะเอาชนะต่ออุปสรรคของการเติบโต ส่วนฝ่ายวางแผนการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการประเมินค่าความสามารถรองรับได้ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อค้นหาอัตราส่วนซึ่งเป็นที่ต้องการ และยอมรับได้ตามความเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม รวมถึงความรู้สึกของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น ซึ่งนำไปสู่การเรียกร้องให้มีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นในทุกระดับ ซึ่งเกี่ยวกับ

^{๕๔} Butler, R. W., “The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management of resources”, *Canadian Geographer*, Vol 24 (1980): 5-12.

ความสามารถรองรับได้ของพื้นที่, วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว, กระบวนการจัดการพื้นที่ และจัดองค์ประกอบด้านสาธารณูปโภค^{๕๕}

๑) รูปแบบการตลาดของท่องเที่ยวโดยชุมชน

กลไกการจัดการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing Management Mechanism) หมายถึง สิ่งที่ทำให้ระบบการจัดการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการขับเคลื่อนหรือดำเนินอยู่ได้ โดยมีการจัดสรรทรัพยากร มีการจัดการองค์การ หน่วยงานหรือกลุ่มบุคคลผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มุ่งเน้นการจัดการตลาดแบบพอเพียง เหมาะสมกับความสามารถในการรองรับได้ของชุมชน เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) และเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ยึดหลักของการดูแลคุณค่า และการรักษาอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรของชุมชนเป็นหลัก โดยให้ชุมชนเป็นผู้จัดการตลาดท่องเที่ยวด้วยตนเอง และด้วยเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบ ๒ ส่วน คือ กลไกด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism Cluster) และกลไกด้านแผนการตลาด (CBT Marketing Plan) อันเป็นทิศทางที่จะทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน

จากแผนที่กลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๓ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้ความสำคัญกับด้านการตลาดการท่องเที่ยว โดยสรุปตามแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) ดังนี้

^{๕๕} Pearce, D., *Tourism Organizations*, (New York: Longman Scientific & Technical, 1992), p. 35.



ภาพที่ ๒.๗ แผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) ของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน^{๕๖}

การตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนผูกพันกับมิติด้านสังคมการตลาดอิงแนวคิดทางสังคมวิทยา ส่วนการจัดการที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของกระบวนการเชื่อมโยงในชุมชน มีรูปธรรมการสร้างคุณค่าของกิจกรรมการตลาดที่อิงสังคมอย่างชัดเจนเพียงใด หากนำการตลาดเชิงสังคมมาใช้เพื่อเน้นให้เกิดความบันดาลใจของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว จะสร้างพลังของการวางแผนการตลาดของ CBT ดังนั้นการตลาด CBT ต้องมีการนำแนวคิดของการตลาดแบบสังคมชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามาผสมผสานกับการวางแผนอย่างให้เห็นเป็นรูปธรรม และสามารถนำมาบูรณาการกับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์นำตามสมัยนิยมของงานการตลาดโดยทั่วไป^{๕๗}

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในตลาดการท่องเที่ยว คือ การประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ถือเป็นกระบวนการที่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในตลาดการท่องเที่ยว โดยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อาจจัดทำเป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ คู่มือการ

^{๕๖} กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ.๒๕๕๙-๒๕๖๓”, หน้า ๒๓. (อัดสำเนา).

^{๕๗} Getz, D., “Tourism planning and research: traditions, models and futures”, Paper Presented Australian Travel Research Workshop, Bunbury, Western Australia, June 2000: 95, (Mimeographed).

ท่องเที่ยว โพสต์เตอร์ การเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ การเชิญสื่อมวลชนเข้ามาศึกษาหรือเรียนรู้ในพื้นที่ นอกจากนี้ชุมชนยังสามารถทำการประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวของตนผ่านการออกฐานตามกิจกรรมหรือเทศกาลต่าง ๆ โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้เกิดการเชื่อมต่อชุมชนกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อกัน ซึ่งถือเป็นกระบวนการส่งเสริมการขายที่เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายหลักได้โดยตรง ปัจจุบันนอกจากการจัดการการท่องเที่ยวโดยองค์กรของแต่ละชุมชนแล้ว ชุมชนท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ได้มีการรวมกลุ่มกันในรูปแบบของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับจังหวัด ระดับภาค ฯลฯ ซึ่งการรวมกลุ่มในลักษณะนี้ก่อให้เกิดความร่วมมือในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติต่าง ๆ รวมถึงมิติด้านการตลาดที่ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวสามารถทราบสถานการณ์ โอกาส ข้อจำกัดต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวทั้งจากภายในกลุ่มเครือข่ายและจากภายนอกจากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น รวมถึงการสร้างพื้นที่พบปะกันระหว่างชุมชนท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือเพื่อการแสวงหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ชุมชนท่องเที่ยวสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก รวมถึงการเอื้อประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสำคัญต่อชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงชุมชนท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มผู้ประกอบการจากภายนอก อย่างไรก็ตาม ชุมชนควรมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาการตลาดให้มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว องค์กรในการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงศักยภาพของคนในชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยว และสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวมาพัฒนาชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการกระจายผลประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยาก หรือควบคุมไม่ได้ (นอกเหนือจาก ๔Ps) แต่ก็มีส่วนสำคัญที่ชุมชนจะต้องพิจารณาในการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้แก่

1) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เป็นการจัดการให้บรรยากาศ หรือสิ่งแวดล้อมในทุกขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ และประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดโดยเฉพาะขณะที่นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมในชุมชน การสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้ชุมชนมีเครือข่ายในการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้

2) กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) เป็นการศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว และการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

3) ความร่วมมือ (Partnership) เป็นการประสานงานความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการที่เข้าใจในบริบทของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อร่วมมือกันเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

4) การเมือง (Politics) เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยทางการเมืองส่งผลโดยตรงต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนโดยรวม

กล่าวโดยสรุป การตลาด (Marketing) คือ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนและประสบผลสำเร็จทางเศรษฐกิจได้นั้นต้องอาศัยการตลาดเป็นเครื่องมือในการติดต่อประชาสัมพันธ์และเป็นสื่อกลางระหว่างชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยว การตลาดยังเป็นเครื่องมือในการเลือกสรรกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของชุมชนที่มีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างแท้จริง ผ่านการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวถึงรูปแบบการประกอบกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีภายในชุมชนเป็นการสร้างความคาดหวังที่ถูกต้องเพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด

๒) คุณลักษณะของปัจจัยด้านการตลาด

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการตลาด เพื่อค้นหาคุณลักษณะของปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

ตารางที่ ๒.๑๐ การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของ
การตลาด

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร											
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
๑	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐)		√					√					
๒	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)		√										
๓	นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)	√	√	√									
๔	วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐)				√	√		√					
๕	ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐)								√				
๖	เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐)		√					√					
๗	ลักขณา เกยุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙)	√	√										
๘	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐)		√							√	√		
๙	ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมมวล จันทบุญ (๒๕๖๐)		√		√							√	
๑๐	กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐)						√						
๑๑	กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (๒๕๕๘)						√						√
๑๒	นพพร จันทรนาชู และคณะ (๒๕๖๐)		√	√	√			√					
		๒	๘	๒	๓	๑	๒	๔	๑	๑	๑	๑	๑

หมายเหตุ: การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร

A – ความต่อเนื่อง B – ความหลากหลาย/อินเทอร์เน็ต/หนังสือพิมพ์/วารสาร/ป้ายประชาสัมพันธ์/ช่องทางการสื่อสาร C – รูปแบบ/กิจกรรม/ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ D – การประชาสัมพันธ์จุดเด่น/วิธีการดำเนินชีวิตเป็นจุดขาย E – ครอบคลุมวงกว้าง F – วิเคราะห์ตลาดเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรม/วิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว/ความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว G – เครือข่ายการประชาสัมพันธ์ H – จัดเตรียมคู่มือการท่องเที่ยว I – พัฒนาศูนย์บริการเพื่อสร้างมูลค่า J – เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว K – สร้างการรับรู้/สัมผัสประสบการณ์ L – ศูนย์กลางให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

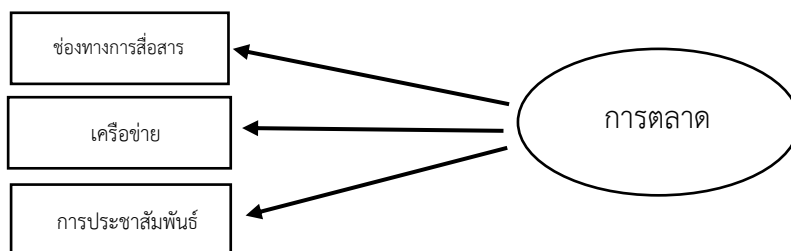
การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเลือกในระดับความถี่สูงสุด ๓ ระดับแรก พบว่า

ตารางที่ ๒.๑๑ การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทด้านการตลาด

ที่	รายละเอียดตัวแปร		ความถี่	ชื่อตัวแปรใหม่
	รหัส	รายละเอียด		
๑	B	ความหลากหลาย/อินเทอร์เน็ต/ หนังสือพิมพ์ /วารสาร/ป้ายประชาสัมพันธ์/ช่องทางการสื่อสาร	๘	ช่องทางการสื่อสาร
๒	G	เครือข่ายการประชาสัมพันธ์	๔	เครือข่าย
๓	D	การประชาสัมพันธ์จุดเด่น/วิธีการดำเนินชีวิต เป็นจุดขาย	๓	การประชาสัมพันธ์

การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อคำนึงถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของตลาด การที่ชุมชนมีบทบาทในการบริหารการท่องเที่ยวมีผลต่อการตลาดอย่างมาก โดยเมื่อชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน จะทำให้ชุมชนเข้าใจขีดความสามารถด้านต่าง ๆ ชุมชนมีโปรแกรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับบริบทชุมชนของตน เช่น กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้คุณค่าวัฒนธรรมของชุมชน การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวด้วยความเข้าใจบริบทของชุมชนในด้านต่าง ๆ อย่างแท้จริงจะทำให้ชุมชนสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว การสร้างกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเคารพ และให้เกียรติกับชุมชน

ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทขององค์ประกอบด้านการตลาดเพื่อสร้างโมเดลการวัด (Measurement Model) ดังนี้



ภาพที่ ๒.๘ องค์ประกอบของการตลาดที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและข้อค้นพบจากผลงานวิจัย
องค์ประกอบด้านการตลาดจากการสังเคราะห์บนพื้นฐานของทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) ช่องทางการสื่อสาร

การนำเสนอภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เป็นแนวทางที่นิยมนำมาใช้ในการส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งในการนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และจดจำได้นั้นเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเด่นที่มีในพื้นที่ สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่บุคคลแต่ละคนมีความสนใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ดังนั้นจำเป็นต้องมีความเข้าใจในความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถนำเสนอข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และด้วยการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีทำให้การรับรู้ของบุคคลในเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่ต่าง ๆ แตกต่างกันไป บางคนอาจเรียนรู้จากการอ่านหนังสือ รายการโทรทัศน์ และบางคนรับรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ จากการสอบถามบุคคลหรือจากหนังสือแนะนำเที่ยว

หลักการสื่อสารมีปัจจัยพื้นฐานอยู่ ๔ ประการ ตามหลักทฤษฎี “SMCR” ของ David K. Berlo^{๕๘} ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับ แปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ประกอบด้วย

(๑) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว/ผู้ส่งสาร (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถใน

^{๕๘} Berlo, David K., *The Process of Communication*, (New York: Rinehart and Winston, Inc., 1960), p. 87.

การปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับ ความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว จะต้องประกอบด้วย

(๒) ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการ ส่งข่าวสาร

(๓) ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับ ได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕ หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น เช่น หนังสือ รายการโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์

(๔) นักท่องเที่ยว/ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการ สื่อสารโดยมีความสามารถใน “การถอดรหัสสาร” (Decode) เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และ พื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือ การสื่อสารนั้นได้ผล

มิติของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อ สำหรับมิติของผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้น ทฤษฎีผลกระทบของสื่อได้รับอิทธิพลด้านแนวคิดมาจากสาขาวิชาจิตวิทยาที่แบ่งมิติของปัจเจกบุคคล ออกเป็น ๓ ด้านคือ ด้านความรู้/ความคิด/ความเข้าใจ เหตุผล (Knowledge-cognition) ด้าน ทัศนคติ-อารมณ์-ความรู้สึก (Affection) และด้านการกระทำ/พฤติกรรม (Performance) ที่เรารู้จัก กันในสูตรย่อ ๆ ว่า K-A-P เมื่อนำแนวคิดเรื่องมิติของมนุษย์มาเชื่อมโยงกับเรื่องผลกระทบของสื่อ ก็ จะเกิดเป็นโจทย์การวิจัยว่า การสื่อสารจากสื่อประเภทใดก่อให้เกิดผลกระทบต่อมิติของนักท่องเที่ยว ในด้านใด

กล่าวโดยสรุปว่า ช่องทางการสื่อสาร เป็นเส้นทางที่นำข้อมูลไปสู่กระบวนการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบ ต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร และนักท่องเที่ยว

๒) เครือข่าย (Network)

เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นช่องทางในการค้นหาแหล่งข้อมูล หรือผู้ มีประสบการณ์ รวมทั้งการประสานความร่วมมือในการเจรจา ต่อรอง แนวคิดพื้นฐานของการสร้าง เครือข่ายการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และขยายผลการ ทำงานหรือนำแนวคิดในการจัดการไปสู่กลุ่ม องค์กรต่าง ๆ ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ระหว่างกัน เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการกลุ่มที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตาม วัตถุประสงค์ และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย เครือข่ายยังมีส่วนสำคัญในการสร้างโอกาสในการ

พัฒนาศักยภาพการทำงาน ความเข้มแข็งของเครือข่ายทำให้เกิดอำนาจในการต่อรอง เกิดกระบวนการผลักดันในระดับนโยบายได้

รูปแบบเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เริ่มต้นที่การสร้างเครือข่ายระหว่างสมาชิกในชุมชนเอง โดยมีแนวคิดว่าคุณในชุมชนต่างเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน มีสิทธิ์ในการได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งมีส่วนในการรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวด้วย การสร้างเครือข่ายในระดับสมาชิกในชุมชน ต้องอธิบาย และทำความเข้าใจให้สมาชิกเห็นคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับ และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนในทุกระดับ เครือข่ายสามารถขยายออกไปในระดับชุมชนอื่นที่มีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน และต้องพยายามดึงองค์กรหรือภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านอื่น ๆ เพิ่มเข้ามา เช่น หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการนำเที่ยว การคมนาคมขนส่ง สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมในทุกด้านของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในขณะที่เราพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปนั้น ชุมชนอื่น ๆ ทั้งใกล้และไกลต่างก็พากันหาหนทางในการพัฒนาตนเองเช่นกัน โดยการอนุรักษ์ รักษาเพื่อหล่อเลี้ยงวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในรูปแบบของแหล่งหาอาหาร แหล่งการเรียนรู้ แหล่งสืบสานประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ และแหล่งหารายได้จากการท่องเที่ยว จึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หรือชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะบางอย่างที่ใกล้เคียงกันมาร่วมกันคิด เพื่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทักษะ การเรียนรู้ระหว่างกัน ขยายโอกาส ประสบการณ์การเรียนรู้ให้กว้างขวาง สร้างความเข้าใจ รวมถึงการมีข้อตกลงร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ ทางวิชาการเรียกว่า การสร้างเครือข่าย^{๕๙} นั่นเอง

กระบวนการดำเนินการผ่านระบบเครือข่ายสามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ กระบวนการหลัก ซึ่งประกอบด้วย

- (๑) กระบวนการเริ่มประสานเครือข่าย (Initiation Process)
- (๒) กระบวนการสร้างการทำงานอย่างสม่ำเสมอ (Sustainability)
- (๓) กระบวนการพัฒนากระบวนการทำงานและเครือข่าย (Development)
- (๔) กระบวนการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ

ในการจัดตั้งระบบเครือข่ายจะต้องคำนึงถึงผลลัพธ์เชิงคุณค่า (Public Value) มองเห็นรูปธรรมที่เป็นตัวแทนของบริการนั้น ๆ ว่าประกอบไปด้วยผลผลิตอะไรบ้าง จะต้องเข้าใจกระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่จะได้มาซึ่งบริการ โดยมีพื้นฐานบนกระบวนการทำงานที่สั่นไหวคล่องตัว มีวัฒนธรรมในการปฏิบัติงานที่เอื้ออำนวยหรือกระตุ้นให้เกิดความไว้วางใจและความร่วมมือ

^{๕๙} สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๐), หน้า ๑๒.

ระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเกิดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเหล่านี้ อาจต้องอาศัยระยะเวลา ทักษะ และความอดทนเป็นอย่างมาก

กล่าวโดยสรุปว่า เครือข่ายเป็นการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยการกำหนดที่กระบวนการ และคนอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสานเครือข่าย การทำงานอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนากระบวนการทำงาน และการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ

๓) การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ถือได้ว่ามีบทบาทและมีความสำคัญยิ่งในสังคมปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือหน่วยงานประเภทอื่น ๆ เพราะหน่วยงานเหล่านี้จำเป็นต้องทำการติดต่อสื่อสารกับประชาชนโดยมุ่งหวังให้เกิดการสร้างเสริมสัมพันธภาพอันดี ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดีต่อกันทั้งองค์กรและประชาชน ในโลกยุคไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์มีการขยายขอบเขตมากขึ้นทั้งรูปแบบ วิธีการบทบาท เทคโนโลยีเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ฯลฯ และในขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์ยังได้ขยายบทบาทเข้าไปในสังคมขนาดเล็กและสังคมขนาดใหญ่ที่มีความสลับซับซ้อน ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นระดับชาติ และระดับโลก เพราะงานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของข้อมูลข่าวสาร หากพิจารณาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะพบว่าประกอบด้วยกระบวนการที่ดำเนินการอย่างสอดคล้องต่อเนื่องและสัมพันธ์กัน โดยมี ๔ ขั้นตอนสำคัญคือ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การบริหารแผนและปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามหลัก R-A-C-E ของ John E. Marston^{๖๐} โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) Research: การวิจัย กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยหรือการศึกษารวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การให้ได้มาซึ่งข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลขององค์การเพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และดำเนินงานขององค์การให้บรรลุผลตามพันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนด ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นส่งผลให้องค์การได้ข้อมูลสำคัญ ๓ ส่วนหลักคือ ๑) ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและภูมิหลังของประเด็นปัญหาที่องค์การและหน่วยงานประชาสัมพันธ์เผชิญอยู่ ๒) ภูมิหลังและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ และ ๓) ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

^{๖๐} Marston, John E., *Modern Public Relations*, (New York: McGraw-Hill Book Company, 1979), p. 62.

(๒) Action: การวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนต่อจากการวิจัยหรือการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม การระบุกลุ่มประชาชนเป้าหมายหลัก การกำหนดนโยบายและกฎเกณฑ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์และกลวิธีที่เหมาะสม การกำหนดจำนวนและวิธีการบริหารงบประมาณและทรัพยากร ตลอดจนแนวทางในการติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงาน

(๓) Communication: การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติงานตามแผนและการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Taking action and communicating) ซึ่งหมายถึง การปฏิบัติงานตามแผนและโครงการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในกิจกรรมนี้องค์การและนักประชาสัมพันธ์ต้องตอบคำถามได้ว่า ใครคือผู้รับผิดชอบในการทำกิจกรรมและสื่อสารตามแผนที่กำหนด เมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร

(๔) Evaluation: การประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นการประเมินการเตรียมงาน การปฏิบัติงานตามแผน และผลจากการปฏิบัติงานตามโครงการข้อมูลที่ได้จากการประเมินปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างการปฏิบัติงานตามแผนนั้นอาจส่งผลให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ดังนั้นการประเมินผลจึงเป็นเครื่องมือซึ่งช่วยให้องค์การทราบความเคลื่อนไหวและความก้าวหน้า

ในขณะที่หลัก R-O-S-I-E ของ Sheila Clough Crifasi^{๖๑} ประกอบด้วย

- (1) Research: การวิจัย
- (2) Objectives: การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
- (3) Strategies: การกำหนดกลยุทธ์การปฏิบัติงาน
- (4) Implementing: การปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด
- (5) Evaluation: การประเมินผลการปฏิบัติงาน

จากรูปแบบกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการที่ได้แสดงทรรศนะต่าง ๆ ไว้นั้นได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนงานหลาย ๆ ด้านในองค์การ โดยผ่านการดำเนินงาน ๒ ลักษณะใหญ่ ๆ คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อการสนับสนุนองค์การ (Corporate Public Relations: CPR) ซึ่งเน้นการสื่อสารเพื่อการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์การในสังคม และการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนงานด้านการตลาด (Marketing Public Relations: MPR) ซึ่งจะ

^{๖๑} Seitel. S., *The Practice of Public Relations*, 10th edition, (New Jersey: Practice-Hall, 2007), p. 10.

เน้นการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ตามแนวคิดของ Cutlip Center and Broom^{๖๒} ได้ระบุแตกต่างกันในประเด็นแรก คือ การระบุปัญหาหรือโอกาสด้านการประชาสัมพันธ์ (Defining public relations problem or opportunity) หมายถึงการพิจารณาและการตรวจสอบความรู้ความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มประชาชนเป้าหมายซึ่งเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อการทำงานและนโยบายขององค์กร กิจกรรมดังกล่าวนี้คือการวิเคราะห์สถานการณ์ซึ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐานของกิจกรรมอื่นในกระบวนการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการวิเคราะห์สถานการณ์นั้นจะช่วยให้องค์กรรู้ว่าขณะนี้เกิดอะไรขึ้นกับองค์กรและควรดำเนินการอย่างไรต่อไป การระบุปัญหา โอกาสในการประชาสัมพันธ์ หรือการวิเคราะห์สถานการณ์ดังกล่าวนี้กระทำได้โดยอาศัยการวิจัย

กล่าวโดยสรุปว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงาน และประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของชุมชน ประกอบด้วย การระบุปัญหาหรือโอกาสด้านการประชาสัมพันธ์ การวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และการประเมินผลการปฏิบัติงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์เป็นตัวแปรที่เหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทของการศึกษาครั้งนี้ โดยสามารถแสดงตัวแปร และดัชนีของตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาดได้ตามตาราง ดังนี้

^{๖๒} Scott M. Cutlip, Allen H. Center and Glen M. Broom, **Effective public relations**, (New Jersey: Pearson Education, 2006), p. 36.

ตารางที่ ๒.๑๒ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การตลาด	ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel)	๑. ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ๒. ข้อมูลข่าวสาร ๓. ช่องทางในการสื่อสาร ๔. นักท่องเที่ยว
	เครือข่าย (Network)	๑. ประสานเครือข่าย ๒. การทำงานอย่างสม่ำเสมอ ๓. การพัฒนากระบวนการทำงาน ๔. การปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติ
การตลาด	การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)	๑. การระบุปัญหาหรือโอกาสด้านการ ประชาสัมพันธ์ ๒. การวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์ ๓. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ๔. การประเมินผลการปฏิบัติงาน

๒.๓ การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔

การบริหารจัดการเป็นเรื่องของการผสมผสานหรือบูรณาการทรัพยากรการจัดการ เป็น การดำเนินงานขององค์กรที่ต้องมีคนตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป ร่วมกันปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำปัจจัยทางการบริหารจัดการ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ มาใช้ อย่างเป็นกระบวนการโดยผ่านหน้าที่หลัก คือ การวางแผน การจัดองค์การ การเป็นผู้นำและการ ควบคุมให้การทำงานบรรลุเป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ นักทฤษฎีทางตะวันตกจะให้ ความสำคัญกับกระบวนการด้านการบริหารมากกว่าตัวบุคคล แต่หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาได้ ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์สามารถพัฒนาได้การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างให้ดีขึ้น โดยอาจเป็น

สิ่งที่ยังไม่ดีให้กลายเป็นดี หรือสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะการพัฒนาตนเอง ซึ่งอาจมองได้เป็น ๒ ทาง คือ การพัฒนาตนให้เป็นคนดี กับการพัฒนาตนให้เป็นคนเก่ง

“...ถ้ามนุษย์เชื่อตามคำประกาศของพระพุทธเจ้านี้ มนุษย์ก็จะเปลี่ยนแนวความสนใจจากการไปหวังพึ่ง ไปคอยบวงสรวง ไปอ้อนวอนให้เทพเจ้าบันดาล เปลี่ยนมาเป็นการพัฒนาตนเอง ทำให้มีการศึกษา คือ ฝึกฝนปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น ซึ่งเชื่อว่าเมื่อพัฒนาสูงสุดแล้ว แม้แต่เทพ พรหม ก็ยังมานอบน้อมนมัสการ มาบูชา ดังมีคำกล่าวทำนองนี้มากมาย เช่นว่า ทนโต เสฏฐโฐ มนุสเสสุ แปลว่าในหมู่ มนุษย์นั้น ผู้ที่ฝึกแล้วหรือพัฒนาตนแล้ว คือ มีการศึกษานั้นเอง เป็นผู้ประเสริฐที่สุด นี่เป็นหลักการสำคัญที่แสดงว่าพระพุทธศาสนาเน้นเรื่องการพัฒนาตนเอง โดยให้มั่นใจในศักยภาพของมนุษย์...”^{๖๓}

พุทธศาสนาเป็นศาสนาแห่งปัญญา และการปฏิบัติหลักคำสอนทั้งหลายในพระพุทธศาสนานั้นกล่าวถึงการปฏิบัติ โดยเฉพาะการบริหารงานตามแนวพุทธธรรมนั้น นับว่ามีส่วนสำคัญ ซึ่งเป็นระบบแนวทางการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องของมนุษย์เพื่อใช้แก้ปัญหาและการพัฒนาชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ โดยชี้ให้เห็นว่ามนุษย์เป็นผู้มีความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินชีวิตด้วยตนเอง พร้อมทั้งการเลือกทางดำเนินชีวิตด้วยตนเองได้ ในการดำเนินชีวิตและพัฒนาตนเองนั้น ได้ให้ความสำคัญทั้งแก่ปัจจัยภายในและภายนอก กล่าวคือ

๑) ปัจจัยภายนอก คือ สิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต เช่น บุคคลต่าง ๆ รอบข้างมีพ่อแม่ ครูอาจารย์ เพื่อน ตลอดจนบุคคลอื่น ๆ เรียกว่า ปรโตโฆสะ ที่มีส่วนต่อการพัฒนาชีวิตของบุคคล ตลอดจนถึงสถาบันทางสังคม เช่น สถาบันการศึกษา มีแหล่งความรู้ที่ดี เป็นต้น

๒) ปัจจัยภายใน คือ การคิดตรិตรองพิจารณาใคร่ครวญด้วยตัวเองในสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจต่อปรากฏการณ์หรือสภาวะนั้นตามความเป็นจริง การคิดลักษณะนี้เรียกว่า โยนิโสมนสิการ ได้แก่ การคิดในใจแยกกาย คิดเป็นระบบ ถ้าคิดไม่เป็นก็ไม่สามารถจะนำเอาสิ่งที่ได้จากปัจจัยภายนอกไปใช้ประโยชน์ได้^{๖๔}

การบริหารจัดการเชิงพุทธเป็นความพยายามในการนำเอาหลักธรรมของพระพุทธศาสนา มาประยุกต์กับวิชาสมัยใหม่ ทั้งนี้เพราะพุทธธรรมเป็นนามธรรมสูงกว่าความรู้สมัยใหม่ใด ๆ พุทธธรรมจึงสามารถครอบคลุมทั้งวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ทั้งหมด ดังคำว่า

^{๖๓} พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต), พุทธศาสน์กับการแนะแนว, พิมพ์ครั้งที่ ๖, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๓), หน้า ๔๕.

^{๖๔} ดูรายละเอียดใน อง.ท.ก. (ไทย) ๒๐/๓๗๑/๑๑๐.

“นายมีไคว่นไผ่ นายใจชุดหลุม
 นายซึ้นนายซุ่ม คุมกันไปเกี่ยวแฝก
 เสร็จแล้วเกลาเสา เอาไวย้ายแยก
 เลิกงานข้าจะแจก ของแปลกแปลกให้กิน” ^{๖๕}

การบริหารจัดการเชิงพุทธมิได้มุ่งหวังกำไร หรือการแข่งขันเพียงอย่างเดียว แต่ได้บรรจุหลักการที่สร้างความยั่งยืน การไม่เบียดเบียน การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสันติ มีความเมตตาต่อกัน และรู้เท่าทันโลก โดยมีได้ปฏิเสศกระแสโลกาภิวัตน์ หรือระบบทุนนิยมในปัจจุบัน แต่ให้ยึดหลักการอยู่ร่วมกันและรู้เท่าทันโลก นักบริหารที่ทำหน้าที่เป็นผู้นำยังจำเป็นที่จะต้องมียกขุมา คือ ต้องมีปัญญา มองการณ์ไกล ต้องเป็นผู้ฉลาดสามารถในการวางแผนและฉลาดในการใช้คนคุณลักษณะข้อนี้ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Conceptual Skill หรือมีวิสัยทัศน์ในการจัดการ วิธูโร ต้องเป็นผู้มีความสามารถในการจัดการธุระต่าง ๆ หรือกิจการทั้งปวงได้ดีมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ข้อนี้ตรงกับคำว่า Technical Skill หรือจัดการดี และนิสสยสมปนโน ผู้นำเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับเพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่น ซึ่งเป็นทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ข้อนี้ตรงกับคำว่า Human Relation Skill คุณลักษณะทั้ง ๓ ประการนี้มีความสำคัญมากน้อยต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความแตกต่างของนักบริหารถ้าเป็นนักบริหารระดับสูงต้องรับผิดชอบในการวางแผนและควบคุมคนเป็นจำนวนมาก^{๖๖} ขณะเดียวกันหากเป็นการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์ของส่วนร่วมแล้วนั้นผู้นำจำเป็นต้องเสริมสร้างความรู้สึที่ดีให้เกิดขึ้นต่อกันจนก่อเกิดเป็นความสามัคคีมีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ดังนั้นสารานิยธรรม^{๖๗} ก็คือ วิธีสร้างสามัคคีนี้เอง

๑) เมตตาทายกรรม เป็นสนับสนุนช่วยเหลือกันทางด้านกำลังกาย ด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่าง ๆ ของหมู่คณะด้วยความเต็มใจ แสดงอาการกิริยาสุภาพต่อกัน มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน เคารพนับถือกัน รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ยกตนข่มท่าน มีสัมมาคารวะ ไม่ไปเบียดเบียนหรือใช้กำลังข่มเหงผู้อื่น ไม่ใช้กำลังในการแก้ไขปัญหา ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๒) เมตตาวจีกรรม เป็นการพูดแต่สิ่งที่ดีงาม พูดกันด้วยความรักความปรารถนาดี รู้จักการพูดให้กำลังใจซึ่งกันและกันในยามที่เพื่อนร่วมสังคมประสบกับความทุกข์ ความผิดหวัง หรือปัญหาต่าง ๆ ควรพูดแนะนำแต่สิ่งที่ดี แจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์สั่งสอน แนะนำตักเตือนด้วยความหวังดี พูดอย่างใดก็ทำอย่างนั้น ไม่โกหกมดเท็จ กล่าววาจาสุภาพ ใช้วาจาที่แสดงความเคารพนับถือต่อกัน

^{๖๕} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), **พุทธวิธีการบริหาร**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๓๖.

^{๖๖} ดุรายละเอียดใน อง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๐/๑๖๓.

^{๖๗} ดุรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

เจรจากันด้วยเหตุผล ด้วยสติปัญญา ไม่ใช่โทสะเป็นตัวนำ พูดอย่างมีจิตสำนึกในผลประโยชน์สุขร่วมกันพูดจาสร้างสรรค์ หากไม่มีความสามารถที่จะพูดแนะนำอะไรใครได้ ก็ไม่ควรพูดซ้ำเติม หรือนำไปนินทาว่าร้าย หรือกล่าวร้ายเสียดสีประชดประชันกัน ไม่ว่าจะป็นต่อหน้าหรือลับหลัง

๓) เมตตาโมกขธรรม เป็นการคิดดี มองกันในแง่ดี มีความหวังดี พราธนาดี มีความรักความเมตตาต่อกัน คิดทำแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน คิดพิจารณาวินิจฉัย คิดวางแผนต่าง ๆ โดยมุ่งทำให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน ไม่คิดทำร้ายซึ่งกันและกัน ไม่คิดอิจฉาริษยา ไม่คิดอคติ ไม่คิดพยาบาทไม่คิดผูกโกรธแค้นเคืองกัน รู้จักให้ออกาสและให้อภัยต่อกันอยู่เสมอทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๔) สาธารณโภคี ได้สิ่งใดมาก็รู้จักแบ่งกันกินแบ่งกันใช้ แม้เป็นของเล็กน้อยก็ยินดีแจกจ่ายให้กับทุกคนได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคด้วยกัน รู้จักแบ่งปันผลประโยชน์ต่อกันด้วยความชอบธรรม ช่วยเหลือเกื้อกูลกันตามอัธยาศัย เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกันอยู่เสมอตามโอกาสอันควร รู้จักเฉลี่ยแจกจ่ายสงเคราะห์ เช่น บริจาคอาหาร เครื่องอุปโภคบริโภคเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนวิทยากร ความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ เพื่อนมนุษย์ รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันโดยไม่ทำลายระบบนิเวศน์สิ่งแวดล้อมที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อมวลมนุษย์ มุ่งช่วยเหลือและบำเพ็ญประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนฝ่ายเดียว ไม่เอารัดเอาเปรียบใคร แม้จะมีช่องทางให้ทำได้ก็ตาม

๕) สีลสามัญญตา มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับของสังคมที่ตนเองอยู่ร่วม รู้จักเคารพในสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น ไม่ก้าวก่ายหน้าทีกัน ไม่บ้าอำนาจ หรือถือตนว่าตัวเองยิ่งใหญ่กว่าผู้อื่น ไม่ถืออภิสิทธิ์ใด ๆ ทั้งปวง ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ หรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ ไม่ฝ่าฝืนมติหรือหลักการของหมู่คณะอันจะก่อให้เกิดความหวาดระแวง ไม่ไว้เนื้อเชื่อใจกัน ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๖) ทิฐิสามัญญตา มีความเห็นชอบร่วมกัน ในข้อที่เป็นหลักการสำคัญที่จะนำไปสู่ความหลุดพ้นสิ้นทุกข์ หรือขจัดปัญหา ยึดถืออุดมคติ หลักแห่งความดีงาม หรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกันไม่ยึดถือความคิดของตนเองเป็นใหญ่ฝ่ายเดียว เมื่ออยู่ร่วมกันในสังคม ต้องรู้จักฟังความคิดเห็นของผู้อื่นบ้างของสังคมโดยรวมบ้าง เมื่อความคิดเห็นของตนเองแตกต่างจากคนหมู่มาก ก็ต้องหันมาพิจารณาดูตัวเอง ปรับมุมมอง ทศนคติของตัวเองให้เข้ากับคนหมู่มาก เรียกว่ารู้จักแสวงหาจุดร่วมและ สงวนไว้ซึ่งจุดต่าง ไม่สร้างข้อขัดแย้งโดยไม่มีเหตุผล ต้องมีความเข้าใจในเรื่องสิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพของแต่ละบุคคล ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

แม้ว่าแนวคิด ทฤษฎีตะวันตกจะอธิบายในเชิงกระบวนการทางการบริหารในห้วงระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี แต่หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาได้มีการอธิบายในเรื่องเดียวกันนี้มากกว่า

๒,๕๐๐ ปีมาแล้ว เช่น ความสอดคล้องของแนวคิดวงจรคุณภาพของ William Edwards Deming^{๖๘} ได้นำวงจรของ Walter A. Shewhart มาปรับปรุงและอธิบายให้เห็นเป็นรูปธรรม เรียกว่า PDCA Cycle ซึ่งประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนหลัก ๆ คือ PDCA กับหลักอิทธิบาท ๔ เป็นแนวทางการทำงาน ให้ประสบความสำเร็จที่พระพุทธองค์ได้ทรงสดับไว้อย่างแยบคาย อันประกอบด้วยแนวปฏิบัติ ๔ ข้อ คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา^{๖๙} อันเป็น ๔ ขั้นตอนที่ต้องเนื่องหนุนเสริมกัน จะขาดข้อใดข้อหนึ่งไม่ได้ ด้วยเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน จึงจะทำให้เราประสบผลสำเร็จการทำงาน

P – (Plan) คือ การวางแผนเป็นการรวบรวม กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ในการวางแผนจำต้องทำความเข้าใจกับเป้าหมายที่กำหนดต้องเป็นไปตามนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร การวางแผนจำต้องกำหนดมาตรฐาน ตัวชี้วัดเพื่อเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบว่าเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในแผนหรือไม่ ดังนั้นการวางแผนผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (Performance Planning) รู้เป้าหมายว่าในแต่ละวันต้องทำอะไรบ้าง และเพื่อทำให้ได้เป้าหมายที่ต้องการ จะต้องแสดงออกหรือมีพฤติกรรมเช่นไรนั้น จะช่วยทำให้เกิดความคิดที่เป็นระบบ ทำงานเป็นขั้นเป็นตอนมากขึ้น และเมื่องานที่ได้รับมอบหมายบรรลุผลสำเร็จ ย่อมเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้คนทำงานเกิดความรู้สึกโล่งอก โล่งใจ ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้มักจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดความคิดสิ่งใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงงานให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น ทั้งนี้การวางแผนงานที่ชัดเจนจำเป็นจะต้องมีการจดบันทึกว่าในแต่ละวันงานที่ต้องทำให้สำเร็จมีอะไรบ้าง เพราะแผนงานที่ถูกเขียนขึ้นมาอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรจึงเป็นเสมือนเข็มทิศหรือเครื่องนำทางให้สามารถทำงานแต่ละขั้นอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นเป็นตอน ดังนั้นแล้วทุกการวางแผนล้วนแต่ต้องเริ่มมาจากฉันทะ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น พอใจทำ (ฉันทะ) ก็จะสามารถทำงานได้บรรลุผลสำเร็จ การสร้างให้เกิดฉันทะนั้นพระพุทธองค์เคยสอนไว้ว่า มนุษย์เราต้องเลือกที่จะศรัทธาบางอย่างและหมั่นตรวจสอบศรัทธาของตัวเองว่าดีต่อตัวเองและดีต่อผู้อื่นอันรวมถึงสังคมโดยรวมหรือไม่ เมื่อดีทั้งสองอย่างก็จงมุ่งมั่นที่จะทำด้วยความตั้งใจ และหากไม่ดีก็จงเปลี่ยนแปลงศรัทธาเสียใหม่ ซึ่งเราต้องเลือก ไม่เช่นนั้นเราจะกลายเป็นคนที่สับสนไม่มีแก่นสารและเป็นคนไร้รากในที่สุด เมื่อเป็นคนไม่มีแก่นสารก็就会被ชักชวนไปในทางที่ไม่ดีได้ง่ายนั่นเอง หากจะฝึกฝนตนเอง อาจเริ่มจากการตั้งคำถามกับตัวเองว่าเราศรัทธาอะไรอยู่ เพราะคนเราเมื่อศรัทธาอะไรก็จะได้พบกับสิ่งนั้นเข้าถึงสิ่งนั้น ศรัทธาในเทคโนโลยีเราก็จะเข้าถึงเทคโนโลยี ศรัทธาต่อชาวบ้านเราก็

^{๖๘} Deming, Edward W. , **Out of the Crisis**, (USA: The Massachusetts Institute of Technology Center for Advanced Engineering Study, 1995), p. 185.

^{๖๙} ดูรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓.

จะเข้าถึงชาวบ้าน ศรัทธาต่อวัตถุก็จะเข้าถึงวัตถุ ศรัทธาต่อลาภยศสรรเสริญก็จะเข้าถึงลาภถึงยศ เข้าถึงตำแหน่ง ศรัทธาต่อความรู้ก็จะเข้าถึงความรู้ หรือศรัทธาต่อหลักธรรมก็จะเข้าถึงธรรม หรือไม่ ศรัทธาอะไรเลยก็ไม่เข้าถึงก็ไม่เข้าถึงอะไรเลย เพราะความศรัทธานำมาซึ่งมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อทำทุกอย่าง ให้ได้มาซึ่งสิ่งที่เราศรัทธานั้นเอง ขณะเดียวกันก็ลองตรวจสอบตัวเองดูว่าสิ่งที่เราศรัทธากับสิ่งที่องค์กรของเราศรัทธานั้นตรงกันหรือไม่ หากตรงกันก็เรียนรู้ที่จะเปลี่ยนแปลงตนหรือหากไม่ตรงกันก็เรียนรู้ที่จะให้โอกาสตัวเองไปสู่แห่งที่ที่เหมาะสมกว่า ฉันทะ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตภายใต้หลักธรรม คือ โยนิโสมนสิการ คือ การรู้จักคิด วิเคราะห์ หรือคิดในทางที่ถูก และเหมาะสมเพื่อให้เกิดความสำเร็จตาม จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ภายใต้สภาวะแห่งเหตุ และผล ปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจและมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน พอใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยไม่หวังผลตอบแทน^{๗๐} จุดเริ่มต้นที่จะทำให้บุคลากรเกิด และมีความพอใจในหน้าที่รับผิดชอบและปฏิบัติอย่างเต็มที่กำลังความสามารถของตนเองรักและพอใจที่จะได้รับพัฒนาตนเอง เพื่อนำความรู้มาใช้ในหน้าที่ที่ตนกำลังปฏิบัติอยู่ กระตือรือร้นพร้อมที่จะให้มีการพัฒนาตนเอง ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ดังนั้นเมื่อเกิดฉันทะ คือ ความพอใจหรือยินดีในสิ่งนั้นแล้ว ย่อมทำให้เป็นผู้ที่รู้จักใช้โยนิโสมนสิการ คือ การคิดวิเคราะห์หาแนวทางที่จะดำเนินต่อไป ซึ่งจะนำมาสู่การเกิดวิริยะ คือ ความเพียรในแนวทางนั้นต่อไป ถือเป็นความสอดคล้องในเหตุและผลแห่งความสำเร็จ^{๗๑}

อาจกล่าวได้ว่า การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (Aspiration) หมายถึง การทำงานด้วยเชื่อมั่นเต็มใจที่จะทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์โดยสมัครใจ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจและมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน ความเต็มใจในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน สมัครใจที่จะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถที่จะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถแม้งานนั้นจะเหนือความสามารถ ยินดีรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ดีขึ้น และรักและพอใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยไม่หวังผลตอบแทน

D - (Do) คือ การปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใด ๆ จำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูล เงื่อนไขต่าง ๆ ของสภาพที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นงานประจำที่เคยปฏิบัติจริง

^{๗๐} พระธีรวัตติ จรณธมโม (คณิงทรัพย์), “การประยุกต์ใช้หลักอริยบท ๔ ของบุคลากรเพื่อการบริหารจัดการ องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก”, วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๑๓.

^{๗๑} ผดุง วรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลย์ และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล, “การประยุกต์ใช้หลักอริยบท ๔ ในการบริหารองค์กรเอกชนในจังหวัดนนทบุรี”, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑): ๙๙-๑๐๐.

การปฏิบัติจะต้องเป็นไปตามแผน วิธีการ และขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้โดยจะต้องเก็บรวบรวม และบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ด้วยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานขั้นต่อไป สมาชิกกลุ่มต้องมีความเข้าใจถึงความสำคัญและความจำเป็นความสำเร็จของการนำแผนมาปฏิบัติต้องอาศัยการทำงานด้วยความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสมาชิกขณะที่ลงมือปฏิบัติจะมีการตรวจสอบไปด้วย^{๗๒} การปฏิบัติงานมีความเข้าใจ และทำตามแผนงานที่วางไว้ ลงมือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง หรือเรียกว่าต้องมี **วิริยะ** คือความพากเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท เป็นความมุ่งมั่นทุ่มเททั้งกายและใจ ที่จะเรียนรู้และทำให้เข้าถึงแก่นแท้ของสิ่งนั้น วิริยะนี้มาคู่กับความอดทนอดกลั้น เป็นความรู้สึกละเมื่อยล้าต่อปัญหาและมีความหวังที่จะเอาชนะอุปสรรคทั้งปวง โดยมีศรัทธาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ นำใจ และเตือนใจความอดทนเป็นเครื่องมือสำหรับคนใจเย็นและใจงามด้วย ไม่ใช่มุทะลุดันรับแล้วและรู้ร้อน เพราะมันจะทำให้มีโอกาสผิดพลาดได้ง่าย หรือสูญเสียความอดทนในที่สุด ดังนั้นความวิริยะอุสาหะ จึงเป็นวิถีทางของบุคคลที่หาญกล้าและท้าทายต่ออุปสรรคใด ๆ การฝึกฝนเรื่องความวิริยะแล้วคงต้องเริ่มจากความคิดที่ว่า ต้องหมั่นฝึกฝนตนเองบ่อย ๆ หมั่นทำหมั่นคิดหมั่นเขียนหมั่นนำเสนอและอย่าเกียจคร้าน อย่างกลัวความผิดพลาดและงกกล้าแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อความล้มเหลวของตัวเองอย่าทำต่องานหนัก และงานมากให้คิดว่าทำมากรู้มากเก่งมากขึ้น อย่าบ่นว่าไม่มีเวลาเพราะเวลามีเท่าเดิม ฯลฯ มีความตื่นตัวพร้อมที่จะพัฒนาการทำงานอยู่ตลอดเวลา ฝึกฝนพยายามพัฒนาตนเองให้เกิดความชำนาญในหน้าที่ด้วยการเรียนรู้เพิ่มเติม ค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับงานที่ตนเองปฏิบัติอย่างเต็มศักยภาพ มีการจัดฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาการปฏิบัติงาน มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง^{๗๓} ด้วยเหตุนี้วิริยะจึงเป็นหลักที่มีความสำคัญอันจะนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติในการทำงานหรือการกระทำต่อสิ่งใด ๆ ภายใต้อำนาจของหลักการเหตุ และผลที่เกิดจากโยนิโสมนสิการ เพื่อมุ่งให้สิ่งนั้น ๆ ดำเนินไปสู่จุดหมาย และสำเร็จตามที่ได้ตั้งไว้

อาจกล่าวได้ว่า การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท (Effort) หมายถึง การทำงานด้วยความมุ่งมั่น ทุ่มเท และมีความเพียรที่จะทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ต่อเนื่องยาวนานไม่เบื่อหน่าย ปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอ ปฏิบัติงานทันทีที่ได้รับมอบหมาย ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและไม่ละทิ้งงาน ยึดหลักความสำเร็จของงานเป็นที่ตั้ง และอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญ

^{๗๒} มยุรี คำปาเชื้อ, อินตา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน, “รูปแบบการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร”, **วารสารศึกษาศาสตร์ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๕๙): ๑๐๔.

^{๗๓} ผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลย์ และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล, “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารองค์กรเอกชนในจังหวัดนนทบุรี”, **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**: ๑๐๑.

C - (Check) คือ การตรวจสอบมีการติดตามผลและความก้าวหน้าของงานเก็บสถิติ เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมิน และเปรียบเทียบกับแผนงานที่วางไว้ หรือ จิตตะ อันหมายถึง ความไม่ทอดทิ้งสิ่งนั้นไปจากความรู้สึกของตัว ดังนั้นจึงต้องมีการประเมินผลงานที่ทำขึ้นมาว่าผู้รับหรือลูกค้ามีความพึงพอใจกับผลงานแต่ละชิ้นมากน้อยแค่ไหน การประเมินผลงาน (Performance Appraisal) จึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ผลักดันให้ปรับปรุงผลงานอยู่เสมอ ด้วยการวางแผนงานใหม่^{๗๔} หากงานที่ทำไปแล้ว แม้ทำงานได้สำเร็จตามแผนที่กำหนดขึ้น แต่ผู้รับไม่ชอบ ไม่พอใจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนงานใหม่ เพื่อสร้างผลงานให้ลูกค้าหรือผู้รับเกิดความพึงพอใจทั้งในแง่ของคุณภาพและปริมาณงานที่ส่งมอบ แผนงานที่ดีย่อมมีการปฏิบัติ การตรวจสอบ การติดตามผลงานที่ทำไปแล้วว่าสำเร็จหรือไม่สำเร็จบ้าง ด้วยการให้ข้อมูลป้อนกลับกับตนเอง (Performance Feedback) ในการประเมินผลงาน หรือการตรวจสอบนั้นจำเป็นต้องทำด้วยความตั้งใจ (จิตตะ) เพื่อให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของงาน ใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ เมื่อมีใจที่จดจ่อแล้วก็จะเกิดความรอบคอบตาม คำนี้ยิ่งใหญ่มาปัจจุบัน สังคมซับซ้อน มีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ละคนมีภาระหน้าที่ ที่ต้องทำมากมาย ไม่รู้จะทำอะไรก่อน แต่ถ้าเรามีใจที่จดจ่อต่อสิ่งที่เราคิดเราทำและรับผิดชอบแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการเรียนหรือการทำงานก็ตาม ทุกอย่างก็จะดีขึ้นไปเอง เราก็จะมีความรอบรู้มากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยใจที่จดจ่อ ตั้งมั่น และไม่เรียนรู้ของเรา เมื่อมีความรอบรู้มากขึ้นก็จะเกิดความรอบคอบตามมา เมื่อมีความรอบคอบแล้วการตัดสินใจทำอะไรก็จะเกิดความผิดพลาดน้อยตามไปด้วย ความรอบคอบนอกจากจะดำรงอยู่คู่กับความรอบรู้แล้ว ยังต้องอาศัยความดีงามเป็นเครื่องเตือนสติด้วย ถึงจะสามารถใช้จิตของเราพิจารณาและตรึกตรองในเนื้อแท้ของสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างเหมาะสม เพราะความดีงามตามแบบอย่างของคุณธรรมตามหลักศาสนาและจริยธรรมของสังคมนั้นเป็นสิ่งเดียวที่จะทำให้มนุษย์อยู่ร่วมกันอย่างปรกติสุข จิตตะมีความสัมพันธ์กับสมาธิ คือหมายถึง จิตเป็นเครื่องผลักดัน และควบคุมการเกิดของสมาธิ โดยสภาวะจิตที่มีความแน่วแน่ และจดจ่อต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ภาวะที่เกิดขึ้นกับจิตนี้จึงเรียกว่า สมาธิ ซึ่งเป็นเครื่องเสริมประสิทธิภาพในการจะกระทำสิ่งใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จ เพราะจิตที่เป็นสมาธิแน่วแน่อยู่กับสิ่งที่กำลังทำ อยู่ โดยไม่เกิดความฟุ้งซ่าน ย่อมทำให้งานประสบความสำเร็จได้ดี ไม่ผิดพลาด และมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่วางไว้ ด้วยความสนใจในสิ่งที่ทำนั้นอย่างจริงจัง เอาใจใส่ในขณะที่กระทำสิ่งนั้น ๆ มีใจที่เป็นสมาธิในขณะที่กระทำสิ่งนั้น ๆ และมีจิตใจมุ่งมั่น และแน่วแน่ในขณะที่กระทำเพื่อมุ่งให้สิ่งนั้น ๆ ดำเนินไปสู่จุดหมาย และสำเร็จตามที่ได้ตั้งไว้

^{๗๔} เรื่องเดียวกัน : ๑๐๓.

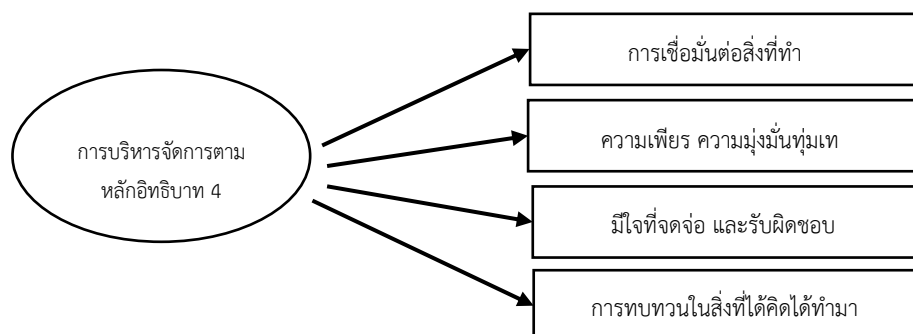
อาจกล่าวได้ว่า การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ (Active Thought) หมายถึง การทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ด้วยใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ ประกอบด้วย การมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย แน่วแน่มั่นคงต่องาน หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่างานจะสำเร็จ ใส่ใจ ใฝ่รู้ ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานอยู่เป็นนิตย์ทั้งใน-นอกเวลางาน เอาใจใส่ในงานและเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไข สนใจรับรู้ และรับผิดชอบในงานอย่างเต็มที่ แม้งานจะมีอุปสรรค หรือความขัดแย้งระหว่างกันขึ้นมา

A - (Act) คือ การปรับปรุงเป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบไปแล้ว หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำรอยเดิม การปรับปรุงอาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของวิธีการทำงานต่างไปจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพเพิ่มขึ้นด้วย^{๗๕} การดำเนินการนำผลของการปฏิบัติงาน พร้อมข้อมูลทางสถิติมาประเมิน หรือวิม้งสา หมายถึง ความสอดคล้องในเหตุและผลแห่งความสำเร็จ เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ให้ลึกซึ้งยิ่ง ๆ ขึ้นไปตลอดเวลา การปรับเปลี่ยนกระบวนการ และวิธีการทำงานเพื่อที่จะหาวิธีการทำในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การสำรวจและจัดบันทึกว่ามีแนวทางไหนบ้างในการปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการทำงานให้ดีขึ้น การพัฒนาผลงาน (Performance Development) จะทำให้เกิดการปรับปรุง และการปรับเปลี่ยนตนเองอยู่เสมอ ไม่ซ้ำซากจำเจกับวิธีการทำงานแบบเดิม ๆ บนพื้นฐานของซังใจ (วิม้งสา) ในการตัดสินใจดำเนินการ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำสิ่งใด ๆ ย่อมเกิดจากปัจจัยจากข้อนี้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะการใช้วิม้งสา คือ การคิด วิเคราะห์ อย่างมีเหตุ และผล ย่อมทำให้เข้าใจต่อกระบวนการ วิธีการ และแนวทางในการดำเนินงานที่ถูกต้อง เหมาะสม รวมถึงย่อมรู้จักแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ดี แต่หากไม่มีการใช้ปัญญาก่อนทำหรือขณะทำสิ่งใด ๆ แล้ว ย่อมนำมาซึ่งปัญหา และอุปสรรคในสิ่งนั้น ๆ ส่งผลต่อการท้อแท้ การทำสิ่งนั้นไม่สำเร็จ หรือหากสำเร็จก็จะไม่เกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

อาจกล่าวได้ว่า การทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา (Investigation) หมายถึง การทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์โดยมีการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา ประกอบด้วย ไตร่ตรองหาข้อดี ข้อด้อย ในการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไป ไตร่ตรองคิดค้นแนวทางการปรับปรุงงาน และแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล ตรวจสอบข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา พิจารณาแผนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน คำนคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการปฏิบัติงาน

^{๗๕} ปันมณี ขวัญเมือง, “หลักอิทธิบาท๔: เส้นทางสู่ความสำเร็จ”, วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๗): ๓.

พระพุทธศาสนาอธิบายความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับคน ผู้นำ และชุมชน โดยคำนึงถึงปัจจัยแห่งสังคมในกระบวนการอาศัยซึ่งกันและกัน การพิจารณาด้วยเหตุด้วยผล รู้จักโลก รู้จักธรรมชาติ เพราะมนุษย์เท่านั้นที่จะเป็นผู้ที่บริหารจัดการองค์การที่ดีได้ สำหรับในส่วน of หลักการบริหารสมัยใหม่จะเน้นเทคนิคและวิธีการโดยแสวงหากำไร และการแข่งขันให้องค์กรบรรลุสู่เป้าหมายตามแบบของทุนนิยม แต่หากผู้บริหารจะนำหลักการบริหารเชิงพุทธเข้ามาประกอบหรือบูรณาการให้เข้ากับการบริหารงานในปัจจุบันก็ถือว่าเป็นแนวทางใหม่ หรือเข้าสู่มิติของการบริหารงานที่ยั่งยืน มีความมั่นคง และสร้างความเป็นธรรมต่อบุคคล หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร อย่างชาญฉลาด รวมทั้งสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพต่อการบริหารงานอย่างยั่งยืนและมั่นคง รวมทั้งจะเป็นหลักการของนักบริหารในการบริหารจัดการองค์การของตนอย่างมีระบบ โดยที่ยังมีคุณธรรมมาประกอบในการพิจารณาบริหารจัดการด้วย ในระดับบุคคลการการจัดการโดยใช้อิทธิบาท ๔ อันประกอบด้วย ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา บุคคลจะต้องเริ่มต้นที่ตนเองก่อนในการเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำด้วยความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท มีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และหลักธรรมในบริบทองค์ประกอบการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ เพื่อสร้างโมเดลการวัด (Measurement Model) ดังนี้



ภาพที่ ๒.๙ องค์ประกอบการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ ที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และหลักธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และหลักธรรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ โดยสามารถแสดงตัวแปร และดัชนีของตัวแปรการบริหารจัดการ ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๓ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรการบริหารจัดการ

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การบริหารจัดการ Management	เชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (Aspiration)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. การปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจและมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน ๒. ความเต็มใจในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ๓. สมัครใจที่จะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถแม้งานนั้นจะเหนือความสามารถ ๔. ยินดีรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานและพร้อมปฏิบัติตาม ๕. รักและพอใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยไม่หวังผลตอบแทน
	ความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท (Effort)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ต่อเนื่องยาวนานไม่เบื่อหน่าย ๒. ปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอ ๓. ปฏิบัติงานทันทีที่ได้รับมอบหมาย ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและไม่ละทิ้งงาน ๔. ยึดหลักความสำเร็จของงานเป็นที่ตั้ง ๕. อดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญ
	มีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ (Active Thought)	<ol style="list-style-type: none"> ๑. มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ๒. แน่วแน่มั่นคงต่องาน หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่างานจะสำเร็จ ๓. ใส่ใจ ใฝ่รู้ ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานอยู่เป็นนิตยทั้งใน-นอกเวลางาน ๔. เอาใจใส่ในงานและเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไข ๕. สนใจรับรู้ และรับผิดชอบต่อในงานอย่างเต็มที่ แม้งานจะมีอุปสรรค

ตารางที่ ๒.๑๓ ตัวแปร ดัชนี และตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรการบริหารจัดการ (ต่อ)

ตัวแปร	ดัชนี	ตัวชี้วัด
การบริหารจัดการ Management	การทบทวนในสิ่งที่ ได้คิดได้ทำมา (Investigation)	<p>๑. ไตร่ตรอง หาข้อดี ข้อด้อย ในการปฏิบัติงานทุกครั้ง เพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไป</p> <p>๒. ไตร่ตรองคิดค้นแนวทางการปรับปรุงงาน และแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล</p> <p>๓. ตรวจสอบข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา</p> <p>๔. พิจารณาแผนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างระบบและ ขั้นตอนที่ชัดเจน</p> <p>๕. ค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มพูน ความสามารถในการปฏิบัติงาน</p>

๒.๔ ข้อมูลเรื่องที่วิจัย

การวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์” ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่วิจัย คือ จังหวัดนครสวรรค์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากการ เก็บรวบรวมข้อมูลหมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด นครสวรรค์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย^{๗๖} รายละเอียดดังนี้

^{๗๖} สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, ทะเบียนหมู่บ้านดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ณ วันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๑, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://nakhonsawan.cdd.go.th/services/ชุมชนท่องเที่ยว_OTOP_นวัตวิถี [๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑].

ตารางที่ ๒.๑๔ หมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
นครสวรรค์

ที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่ที่	หมู่บ้าน	หมายเหตุ
๑	เมือง	บ้านแก่ง	๒	วังหอยก	ม.๔ ตำบลบ้านแก่ง
๒	โกรกพระ	บางมะฝ่อ	๑	บางมะฝ่อ	
๓	ชุมแสง	ท่าไม้	๑๔	ท่าเตียนสามัคคี	ม.๖ ตำบลท่าไม้
๔	ชุมแสง	เกยไชย	๕	ปากคลอง	
๕	หนองบัว	หนองกลับ	๓	เนินขี้เหล็ก	ม.๑๐ ตำบลหนองกลับ
๖	บรรพตพิสัย	หนองตางู	๑	หนองตางู	
๗	บรรพตพิสัย	บ้านแดน	๒	เขาหน่อ	
๘	บรรพตพิสัย	ตาสัง	๑๐	ดงแม่นางเมือง	
๙	เก้าเลี้ยว	เขาดิน	๘	หาดเสลา	
๑๐	เก้าเลี้ยว	เขาดิน	๔	เขาดิน	
๑๑	เก้าเลี้ยว	หัวดง	๑	หัวดงเหนือ	
๑๒	ตากาลี	หนองโพ	๑	หนองโพใต้	ม.๑, ม.๒, ม.๑๑ ตำบลหนองโพ
๑๓	ตากาลี	จันเสน	๑	ตลาดจันเสน	ม.๒, ม.๑๑, ม.๑๒ ตำบลจันเสน ม.๓ ตำบลช่องแค ม.๘ ตำบล พรหมนิมิตร์
๑๔	ท่าตะโก	ท่าตะโก	๒	เขาน้อย	
๑๕	ท่าตะโก	หนองหลวง	๑๑	ใหม่หนองหลวง	
๑๖	ท่าตะโก	หัวถนน	๖	หัวถนนกลาง	
๑๗	ท่าตะโก	วังมหากร	๘	เนินสำราญ	
๑๘	ไพศาลี	สำโรงชัย	๕	หนองไผ่	
๑๙	ไพศาลี	โพธิ์ประสาท	๒	ไร่ประชาสรรค์	
๒๐	ไพศาลี	วังน้ำลาด	๓	เขาหินกลิ้ง	
๒๑	พยุหะคีรี	ทำนน้ำอ้อย	๑	ชุมชนวัดพระปรารักษ์เหลือง	ม.๒, ม.๓ ตำบลทำนน้ำอ้อย
๒๒	ลาดยาว	หนองนมวัว	๕	หนองกระดุกเนื้อ	ม.๖ ตำบลหนองนมวัว
๒๓	ตากฟ้า	อุดมธัญญา	๑๓	พุ่มวง	

ตารางที่ ๒.๑๔ หมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

ที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่ที่	หมู่บ้าน	หมายเหตุ
๒๔	ตากฟ้า	พุนกยูง	๖	ไตรคีรี	
๒๕	ตากฟ้า	สุขสำราญ	๑๑	ซับตะเคียน	
๒๖	ตากฟ้า	ลำพยนต์	๒	น้ำวัง	
๒๗	ตากฟ้า	ตากฟ้า	๑	ตากฟ้า	
๒๘	แม่วงก์	แม่เลี้ยง	๒๔	ใหม่แม่เรวา	
๒๙	แม่วงก์	เขาชนกัน	๙	หนองไผ่	
๓๐	แม่วงก์	วังชัน	๑๐	ธารมะยม	
๓๑	แม่เปิน	แม่เปิน	๒๑	คลองห้วยหวาย	
๓๒	แม่เปิน	แม่เปิน	๑๒	ปางสัก	
๓๓	แม่เปิน	แม่เปิน	๘	พนาสวรรค์	
๓๔	ชุมตาบง	ชุมตาบง	๑๐	เขาก็กจันหนึ่ง	

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกระจายกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมในกลุ่มต่าง ๆ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งได้วิเคราะห์หมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง ๓๖ หมู่บ้าน โดยการจัดหมวดหมู่ตามทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น ๕ กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน และกำหนดใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลาก (Lottery) ได้จำนวน ๕ หมู่บ้านเป้าหมาย และมีประชาชนทั้งหมด จำนวน ๒,๗๓๓ คน ประกอบด้วย

- ๒.๑) บ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
- ๒.๒) บ้านวังหวาย ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง
- ๒.๓) บ้านหาดเสลา ตำบลเขาดิน อำเภอเก้าเลี้ยว
- ๒.๔) บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากฟ้า
- ๒.๕) บ้านจันเสน ตำบลจันเสน อำเภอตากฟ้า

๑) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม: บ้านวังหอยก หมู่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

๑.๑) พื้นที่ (Area)

บ้านวังหอยกตั้งอยู่ในเขตตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งแบ่งเขตการปกครอง เป็น ๑๒ หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่ ๑ บ้านมอญ, หมู่ ๒ บ้านวังหอยก, หมู่ ๓ บ้านวังยาง, หมู่ ๔ บ้านตลาดบ้านแก่ง (ใต้วัด), หมู่ ๕ บ้านตลาดบ้านแก่ง, หมู่ ๖ บ้านจิวัยักษ์ (วังหอยกใต้), หมู่ ๗ บ้านเขาดินใต้, หมู่ ๘ บ้านแก่ง, หมู่ ๙ บ้านสามแยก, หมู่ ๑๐ บ้านโรงสีเก่า, หมู่ ๑๑ บ้านยางเอน และหมู่ ๑๒ บ้านแหลมพิบูล มีพื้นที่ทั้งสิ้น ๕,๘๐๐ ไร่ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มที่ดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียวราบลุ่ม มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	คลองท่าขนมจีน
ทิศใต้	ติดต่อกับ	หมู่ ๖ บ้านวังหอยกใต้ ตำบลบ้านแก่ง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	คลองท่าขนมจีน
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	หมู่ ๘ ตำบลหนองกระโดน



ภาพที่ ๒.๑๐ แผนที่บ้านวังหอยก หมู่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์^{๗๗}

๑.๒) ประวัติความเป็นมา (Background)

เดิมหมู่บ้านวังหอยกเป็นป่าดงต้นกล้วยขึ้นมากมาย ชาวบ้านที่อพยพมาจากเพชรบุรี และสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เป็นไทดำมาบุกป่าถางพงทำไร่ ทำนา และสร้างที่อยู่อาศัยเป็นครอบครัวเล็ก ๆ ต่อมาก็เลือกตั้งผู้นำหมู่บ้านขึ้นผู้ใหญ่ค้ำ และได้ขนานนามว่า บ้านวังหอยก ต่อมาก็ทำการพัฒนาให้เจริญตามลำดับ มีไฟฟ้า มีน้ำใช้ เจาะบ่อบาดาล ต่อมาก็มีประปาของที่วัดเกาะแก้ว และประปา

^{๗๗} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์, เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, หน้า ๓๐. (อัดสำเนา).

ภูมิภาค ถนนหนทางสะดวกขึ้น สืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทดำของพื้นที่บ้าน จากอดีตถึงปัจจุบันมีผู้ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน ๘ คน ผู้ใหญ่บ้านคนปัจจุบัน คือ ผู้ใหญ่เฉลิม ทองแพง

๑.๓) การรวมกลุ่ม (Community)

บ้านวังหยมมีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น ๒๕๐ ครัวเรือน แบ่งเป็นเพศชาย ๓๗๓ คน และเพศหญิง ๓๙๕ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๗๖๘ คน^{๗๘}

๑.๓.๑) ข้อมูลการคมนาคม/สาธารณูปโภค

(๑) การเดินเข้าชุมชน

- | | | | |
|--------------|---|------|--------------------|
| - ถนนลาดยาง | ๓ | เส้น | ระยะทาง ๕,๐๐๐ เมตร |
| - ถนนคอนกรีต | ๔ | เส้น | |

(๒) สาธารณูปโภค

- | | | |
|---------------------------|-----|-----------|
| - มีไฟฟ้าใช้ | ๒๓๒ | ครัวเรือน |
| - มีประปาหมู่บ้าน/ภูมิภาค | ๒ | แห่ง |

(๓) แหล่งน้ำ

- | | | |
|-----------------|---|------|
| - บ่อน้ำสาธารณะ | ๓ | แห่ง |
| - คลอง | ๓ | แห่ง |
| - บ่อโยก | ๗ | แห่ง |

๑.๓.๒) การประกอบอาชีพ

ประชาชนบ้านวังหยม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา /รับจ้าง มีศูนย์เรียนรู้ชุมชน และอาคารเอนกประสงค์ประจำหมู่บ้าน มีกระบวนการเรียนรู้ และเทคโนโลยีในด้านเกษตร ทั้งเชิงพาณิชย์ เพื่อการค้า และเกษตรผสมผสานแบบพึ่งตนเอง เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรผู้ทำนาได้มีคุณภาพเป็นอาชีพที่ยั่งยืนสามารถพึ่งตัวเองได้ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

๑.๔) อัตลักษณ์ท้องถิ่น

บ้านวังหยม ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และรักษาประเพณีด้านพุทธศาสนา ได้แก่ ทำบุญตักบาตร แห่เทียนเข้าพรรษา ประเพณีออกพรรษา เทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์, ขึ้นปีใหม่, ลอยกระทง บ้านวังหยมเป็นชนเผ่าไทดำมีพื้นเพมาจากประเทศ

^{๗๘} สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, รายงานข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี ๒๕๖๑, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://nakhonsawan.cdd.go.th /services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์](http://nakhonsawan.cdd.go.th/services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์) [๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒].

ลาวมีวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกาย อาหารพื้นบ้าน ยังคงรักษาประเพณีของไทยเอาไว้ โดยในหมู่บ้านมีศูนย์วัฒนธรรมไทดำ และบ้านจำลองไทดำเป็นสถานที่ศูนย์รวมจิตใจ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ จังหวัดนครสวรรค์ ไทยทรงดำ เป็นชนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่ง มีชื่อเรียกกันหลายอย่าง อาทิ ลาวโซ่ง ลาวทรงดำ ไทยโซ่ง ไทดำหรือไททรงดำ ซึ่งชาวไทยทรงดำเหล่านี้บางส่วนได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตตำบลบ้านแก่งด้วย จึงได้มีการจัดทำศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำขึ้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ไว้ให้ได้ศึกษา บ้านวังหอยก มีสโลแกนชุมชน คือ “ไทดำคือ อัตลักษณ์ พุ่มฟ้าวัฒนธรรม เลิศล้ำประเพณี วิถีความร่วมมือ ถิ่นนี้คือ บ้านวังหอยก”

๑.๕) ต้นทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม

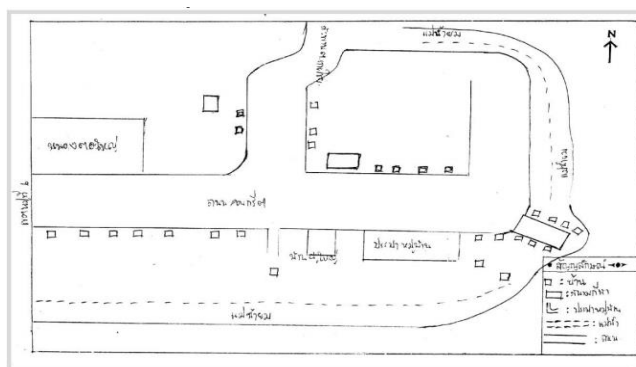
บ้านวังหอยกมีทุนชุมชน ๕ ประเภท ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ และทุนการเงิน ยังรวมถึงทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของบ้านวังหอยก ซึ่งหมายถึง ๘ วิถีวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชน ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่น มีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม และสร้างเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือความงามที่สามารถสร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ และดึงดูดนักท่องเที่ยวอยากกลับมาอีก

๒) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต: บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

๒.๑) พื้นที่ (Area)

ตำบลท่าไม้ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอชุมแสง ห่างจากอำเภอชุมแสงเป็นระยะทาง ๑๕ กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดนครสวรรค์ ๕๓ กิโลเมตร เป็นทางคอนกรีตและทางลาดยางจนถึงหมู่บ้าน มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม ดินแม่น้ำ โดยมีแม่น้ำยมเป็นแม่น้ำสายหลักไหลผ่านภายในเขตพื้นที่ตำบลท่าไม้ และเป็นแหล่งน้ำตามธรรมชาติที่สำคัญซึ่งใช้ในการประกอบเกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ และอุปโภคบริโภคของประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลท่าไม้และตำบล ไกล่เคียงนอกจากนั้นภายในพื้นที่ตำบลท่าไม้ยังประกอบไปด้วยแหล่งน้ำ ธรรมชาติประเภทอื่น ๆ อีกมาก เช่น ห้วย หนองคลอง และบึง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของสภาพพื้นที่ตั้งของตำบลท่าไม้ แบ่งเขตการปกครองออกเป็นหมู่ ๑ บ้านบึงยาว, หมู่ ๒ บ้านท่าไม้, หมู่ ๓ บ้านบุง, หมู่ ๔ บ้านท่าไม้, หมู่ ๕ บ้านท่ากร่าง, หมู่ ๖ บ้านวังหงษ์, หมู่ ๗ บ้านท่าเตียน, หมู่ ๘ บ้านหนองซอน, หมู่ ๙ บ้านวังใหญ่, หมู่ ๑๐ บ้านดงกะพี้, หมู่ ๑๑ บ้านปึกวงษ์อง, หมู่ ๑๒ บ้านวังใหญ่พัฒนา, หมู่ ๑๓ บ้านคลองโพธิ์สามัคคี, หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี และหมู่ ๑๕ บ้านท่ากร่างพัฒนา มีพื้นที่ทั้งสิ้น ๕๙ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๓๗,๑๑๗ ไร่ เป็นที่ราบลุ่ม พื้นที่ส่วนน้ำจะท่วมอยู่ในลุ่มบริเวณแม่น้ำ มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อ	บ้านวังหงษ์ หมู่ที่ ๖ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
ทิศใต้	ติดต่อ	หมู่ที่ ๕ ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
ทิศตะวันออก	ติดต่อ	หมู่ที่ ๕ ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
ทิศตะวันตก	ติดต่อ	แม่น้ำยม



ภาพที่ ๒.๑๑ แผนที่บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง^{๗๙}

๒.๒ ประวัติความเป็นมา (Background)

ในอดีตบ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ มีพื้นที่รวมกับหมู่ ๗ บ้านท่าเตียน ต่อมาจึงทำเรื่องขอแยกมาเป็นหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ การปกครอง ๕ ปีแรก มีผู้ใหญ่บ้านชื่อนายสมบัติ เทศขำ ผู้ใหญ่บ้านคนต่อมาชื่อ นายประสาธต์ ปู้กัน และผู้ใหญ่บ้านคนปัจจุบันคือ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์

๒.๓ การรวมกลุ่ม (Community)

บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น ๕๔ ครัวเรือน แบ่งเป็นชาย ๗๐ คน หญิง ๘๓ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๕๓ คน^{๘๐}

^{๗๙} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง, เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, หน้า ๘. (อัดสำเนา).

^{๘๐} สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, รายงานข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี ๒๕๖๑, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://nakhonsawan.cdd.go.th /services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์](http://nakhonsawan.cdd.go.th/services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์) [๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒].

๒.๓.๑) ข้อมูลการคมนาคม/สาธารณูปโภค

มีถนนทางเข้าหมู่บ้านจากอำเภอชุมแสงเส้นทางหลักเข้าหมู่บ้าน ๒ เส้นทาง โดยเส้นทางแรกจะผ่านบ้านวังหงษ์ หมู่ที่ ๖ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นถนนคอนกรีตทั้งสาย และอีกเส้นทางหนึ่งผ่านบ้านปากคลอง หมู่ที่ ๕ ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์เป็นถนนลาดยางต่อด้วยถนนคอนกรีต โดยสามารถเดินทางได้ด้วยรถทุกประเภท

๒.๓.๑) สถานที่สำคัญของหมู่บ้าน

- อาคาร และลานอเนกประสงค์ประจำหมู่บ้านใช้เป็นที่พักประชุมปรึกษาหารือ หรือร่วมกันแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- หอนงตอใหญ่ เป็นแหล่งน้ำขนาด ๘๖ ไร่

๒.๓.๒) การประกอบอาชีพ

ประชาชนบ้านท่าเตียนสามัคคี มีอาชีพหลักทำตาล ทำนา อาชีพรอง ปลูกพริก ปลูกผัก และอาชีพเสริม หาปลา ทำสวน บ้านท่าเตียนสามัคคี มีพื้นที่เป็นที่ราบ น้ำท่วมบ่อย บริเวณบ้านท่าเตียนสามัคคีจะมีต้นตาลเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและมีการปลูกเสริมจำนวนมาก มีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนานเกี่ยวกับวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับอาชีพทำตาล

๒.๔) อัตลักษณ์ท้องถิ่น

บ้านท่าเตียนสามัคคี เป็นชุมชนที่มีต้นตาลโตนตขึ้นตามธรรมชาติเป็นจำนวนมาก ทำให้วิถีชีวิตชาวบ้านท่าเตียนสามัคคีมีเตาตาลประจำบ้าน และผลิตน้ำตาลขายเป็นรายได้หลักเลี้ยงชีพ น้ำตาลของบ้านท่าเตียนสามัคคี มีรสชาติดี เพราะต้นตาลในบริเวณนี้เติบโตในพื้นที่น้ำจืด และการบ่มน้ำตาลให้เย็นก่อนนำมาหยอด คือ เอกลักษณ์เฉพาะของการทำน้ำตาลบ้านท่าเตียนสามัคคี นอกจากตาลโตนตจะทำเป็นน้ำตาล ชาวบ้านยังนำผลตาลมาแปรรูปเป็นอาหารรสชาติอร่อย โดยเฉพาะต้มปลาร้าหัวตาล สูตรดั้งเดิมถ่ายทอดจากรุ่นปู่ย่าตายาย และลอนตาลขุบแป้งขนมปังทอดจิ้มกับซอสพริก วิถีชีวิตการทำตาลโตนต เป็นวิถีการทำตาลของคนในชุมชน ในการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับการทำตาล ปั่นต้นตาลเพื่อเก็บน้ำตาลในช่วงเช้า ปั่นเก็บทลายตาลเพื่อเอาลูกตาล การทำน้ำตาลปึก การทำน้ำตาลสด และวิธีการเฉาะลอนตาลแบบถูกวิธี ฯลฯ วัฒนธรรม/ประเพณีพื้นบ้าน มีประเพณีไหว้ครูตาลทุกครั้งเมื่อถึงฤดูทำตาล ชาวทำตาลจะต้องมีการไหว้ครูตาลก่อนที่จะเข้าสู่ฤดูทำตาลเพื่อให้ครูตาลปกปักรักษา ให้ปลอดภัยตลอดฤดูทำตาล ก็จะมีอุปกรณในการทำตาล เช่น มีดปาดตาล ตะเกียบนวดตาลตัวผู้และตะเกียบนวดตาลตัวเมีย การรดน้ำผู้สูงอายุในวันสงกรานต์ แข่งเรืออูโปงตาล และเทศกาลกินตาล เป็นต้น

๒.๕) ดันทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม

บ้านท่าเตียนสามัคคีมีทุนชุมชน ๕ ประเภท ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ และทุนการเงิน

๒.๕.๑) ทุนมนุษย์ ได้แก่ คนในชุมชนทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงสุขอาพอนามัย ระดับการศึกษา ความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ผ่านการฝึกอบรมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จำนวน ๓ คน ประกอบด้วย นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์ นางสาวญาดา จงกุล และนายธนโชติ จันทร์ดวง ที่มีความพร้อมในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว และยังมีปราชญ์ชุมชนหลายสาขาที่สามารถถ่ายทอดให้กับผู้สนใจได้ เช่น

- (๑) การทำไม้กวาดทางตาล: นายสำรวย ทัทมาก
- (๒) การเคี้ยวตาล/หยอดตาล: นางอรिता เหมมินทร์
- (๓) การนวดตาล: นายทองอยู่ แก้วซัง
- (๔) การทำกระบองร่อนน้ำตาล: นายประหยัด วรเจริญ
- (๕) การปั้นเตาเคี้ยวตาล: นางสาวสมพร ปู่กัน
- (๖) การทำน้ำตาลปี๊บ: นางสาวสำเรียง ปู่กัน
- (๗) การพาดพะองตาล การไหว้ครูตาล/การป็นต้นตาล/การเก็บน้ำตาล

โหนด: นายสมพร เหมมินทร์

- (๘) การทำไอศกรีมน้ำตาลสด: นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์
- (๙) การปลูกผักปลอดสารพิษ: นางสม ลีวรรณ
- (๑๐) การฉะลอนตาล: นางบุญส่ง ปู่กัน

๒.๕.๒) ทุนทางสังคม ได้แก่ ทรัพยากรทางสังคมที่ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ เช่น กลุ่มองค์กร อาสาสมัคร ความสามัคคี ความไว้วางใจกัน ความเอื้ออาทร ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมชุมชน และท้องถิ่น เป็นต้น

๒.๕.๓) ทุนกายภาพ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยการผลิตที่สนับสนุนในการดำรงชีพของประชาชน เช่น ที่อยู่อาศัย การคมนาคม ประปา ไฟฟ้า

๒.๕.๔) ทุนทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ ป่า ทะเล สัตว์ป่ารวมถึงคุณภาพอากาศ การกำจัดขยะ เป็นต้น โดยมีหนองตอซึ่งเป็นแหล่งน้ำขนาด ๘๖ ไร่ และมีต้นตาลจำนวนมาก อายุกว่า ๑๐๐ ปี ที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ

๒.๕.๕) ทุนการเงิน ได้แก่ เงินสด เงินฝาก เงินออม รวมถึงทรัพย์สินที่มีมูลค่า เช่น สัตว์เลี้ยง ทอง อัญมณี เป็นต้น มีกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กองทุนแม่ของแผ่นดิน กลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ และกลุ่มอาชีพ

๒.๕.๖) ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชน ๘ เสน่ห์ ได้แก่

(๑) อาหาร ที่เป็นอาหารพื้นถิ่น ที่สะอาดปลอดภัย มีไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ต้มยำแม่น้ำน่าน ผัดกุ้งยอดตาล/ยอดมะพร้าว ปูม้าผัดผลกะหรือลอนตาลอ่อน น้ำพริกกุ้งเสียบ/หัวตาล น้ำตาลสด ไอศกรีมน้ำตาลสด ลอนตาลชุบแป้งทอด น้ำกะทิลอนตาล ขนมตาล ลูกตาลลอยแก้ว จาวตาลเชื่อม วุ้นลอนตาล อาลัวน้ำตาลโตนด มะพร้าวคว้าน มะพร้าวแก้ว

(๒) การแต่งกาย ประชาชนในหมู่บ้านมีการอนุรักษ์แต่งกายในชีวิตประจำวันทั่วไป ชายนุ่งกางเกงครึ่งน่องหรือขาก้วย สวมเสื้อแขนสั้น คาดผ้าขาวม้า ส่วนหญิงจะนุ่งผ้าถุงยาว หรือกางเกงสมัยนิยมสวมเสื้อแขนสั้น หรือยาว ผู้สูงอายุหญิงยังมีการใส่เสื้อคอกระเช้า และผ้าถุงเป็นประจำ

(๓) ที่อยู่อาศัย จะเป็นบ้านไม้ และบ้านปูนยกพื้นสูง

(๔) ประเพณี จะมีประเพณีรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ ในวันสงกรานต์

(๕) ภาษา จะมีภาษาเป็นเอกลักษณ์ คือ ภาษาไทยกลาง และมีเสียงเหนือเป็นเอกลักษณ์

(๖) อาชีพ ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน คือ การทำตาล สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมาอย่างยาวนาน

(๗) ความเชื่อ มีการไหว้ครุตาลทุกครั้งเมื่อถึงฤดูทำตาล ชาวทำตาลจะต้องมีการไหว้ครุตาลก่อนที่จะเข้าสู่ฤดูทำตาลเพื่อให้ครุตาลปกป้องรักษา ให้ปลอดภัยตลอดฤดูทำตาล ก็จะมีอุปกรณ์ในการทำตาล เช่น มีดปาดตาล ไม้ขนาดตาลตัวผู้ และไม้ขนาดตาลตัวเมีย

(๘) ศิลปะพื้นถิ่น มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ เช่น การทำไม้ขนาดตาลตัวผู้ และตัวเมีย และการปั้นเตาเคียวตาล

๓) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา: บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์

๓.๑) พื้นที่ (Area)

ตำบลหนองโพเป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอตากลี มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น ๑๑ หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ ๑ บ้านหนองโพ หมู่ ๒ บ้านตลาดหนองโพ หมู่ ๓ บ้านห้วยดุก หมู่ ๔ บ้านหนองตาราม หมู่ ๕ บ้านหนองเต็งรัง หมู่ ๖ บ้านป่าคลัก หมู่ ๗ บ้านหนองระกำ หมู่ ๘ บ้านเขาใหญ่ หมู่ ๙ บ้านหนองปิ่นแตก หมู่ ๑๐ บ้านหนองไม้แดง หมู่ ๑๑ บ้านหนองโพเหนือ และหมู่ ๑๒ บ้านสอนจันทร์ มีเนื้อที่ทั้งหมด ๙๓.๔๘๒ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๕๘,๔๒๖ ไร่ มีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อ หมู่ ๒ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์

ทิศใต้ ติดต่อ หมู่ ๕ ตำบลบ้านไร่พัฒนา อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ทิศตะวันออก ติดต่อ หมู่ ๑๑ และ ๑๒ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัด
นครสวรรค์

ทิศตะวันตก ติดต่อ หมู่ ๖ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์



ภาพที่ ๒.๑๒ แผนที่บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี^{๘๑}

๓.๒) ประวัติความเป็นมา (Background)

บ้านหนองโพ เดิมเป็นหมู่บ้านเก่าแก่ตั้งมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี และมีหมู่บ้านใกล้เคียงกันอีกหลายหมู่บ้านเป็นบ้านร้างแต่ยังมีซากโบราณสถาน เช่น บ่อน้ำ เขื่อน คู และซากอิฐปรากฏอยู่เช่นทางทิศใต้ บ้านหนองโพมีบ้านสระพังแลง และทิศตะวันออกมีบ้านม่วงน้อยตั้งอยู่ไม่สู้ห่างไกลนัก และยังมีซากบ้านเก่าที่เรียกกันว่า บ้านเก่าบุคา อีกหมู่บ้านหนึ่งตั้งอยู่ในดงพระยาเย็น ห่างจากหมู่บ้านหนองโพไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ระยะทางเดินราว ๑๗ กิโลเมตร เข้าใจว่าในครั้งโบราณชาวบ้านในหมู่บ้านเหล่านี้ และหมู่บ้านที่ห่างไกลอื่น ๆ คงจะมีความสัมพันธ์โดยเป็นเครือญาติกันแต่ดั้งเดิมบ้างโดยเกี่ยวดองกันเ็นทางแต่งงานกัน และจะได้ไปมาหาสู่ติดต่อกันอยู่ในเมืองเกี่ยวด้วยอาชีพ และกิจทุกข์สุขของกันและกัน แม้บางหมู่บ้านจะอยู่ห่างไกลกันก็ย่อมจะรู้จักมักคุ้นกัน เพราะในสมัยที่ยานพาหนะเช่นทางรถไฟยังไม่มีนั้น การเดินทางจากหมู่บ้านที่มีระยะทางห่างกันเพียงชั่ววันครึ่งวัน ครั้นเมื่อไทยกับพม่าทำสงครามกัน คราวเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งหลังท้องที่ทางภาคตะวันตกและภาคกลางของประเทศไทยได้กลายเป็นยุทธภูมิบ้าง เป็นที่พักพล และเป็นทางกองทัพเดินผ่านบ้าง หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในท้องที่เหล่านี้จึงตกอยู่ในแดนอันตรายที่อาจถูกข้าศึกประทุษร้ายได้ง่าย ชาวบ้านในท้องที่ดังกล่าวนี้ต่างก็พากันรวบรวมทรัพย์สินสมบัติพาครอบครัวอพยพหนียุทธภัย หึ่งบ้านเรือนหนีไปหลบซ่อน เอาตัวรอดบ้าง ถูกข้าศึกกวาดต้อนไปกับกองทัพบ้างด้วยเหตุนี้

^{๘๑} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากลี, เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์, หน้า ๔. (อัคราเสนา).

ภายหลังเสียกรุงศรีอยุธยาแล้ว จึงปรากฏบ้านร้างขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกัน หลายหมู่บ้าน เช่น บ้านม่วงน้อย บ้านสระพังแลง และบ้านหนองโพ ที่กล่าวแล้ว ส่วนบ้านบุคาโดยเหตุที่ตั้งอยู่ในตงพระยาเย็นห่างไกล จากบริเวณที่ข้าศึกจะไปมาถึงจึงคงตั้งอยู่ได้ต่อมาไม่ถูกข้าศึกเบียดเบียนประทุษร้าย แต่มาถูกภัยธรรมชาติรบกวน จึงกลายเป็นบ้านร้างในภายหลัง ครั้งกรุงศรีอยุธยาแตกครั้งที่ ๒ พระภิกษุรอดก็เป็นหัวหน้าพาครอบครัวโยมปวารณาชาวบ้านเขาทองรวม ๗ ครัวเรือนด้วยกัน ปรากฏชื่อหัวหน้าครอบครัวมีผู้จำไว้เพียง ๖ คน คือ ๑. นายแตง ต้นตระกูลแตงร่ม ๒. นายเขต ต้นตระกูลเกษสาคร ๓. นายชู ต้นตระกูลชูพันธ์ ๔. นายปิ่น ต้นตระกูลภักดีสุข ๕. นางแก้ว ๖. นางมาก และ ๗. ไม่มีผู้จำชื่อได้ ทราบแต่ชื่อลูก ๒ คน คือ นางจัน และนายรัก รวบรวมสมบัติ วัว ควาย ล้อเกวียน อพยพผู้คนจากบ้านเขาทองลงมาทางใต้ระยะทาง ๒๔ กิโลเมตร พบเนินบ้านร้างแห่งหนึ่งมีต้นตาลสายยาว ๖ ต้น บางต้นสูงถึง ๑๓ ถึง ๑๔ วา สระน้ำ ๒ ลูก (ตรงที่ขุดขยายเป็นสระน้ำใหญ่ในวัดหนองโพปัจจุบัน) ต้นมะม่วงขนาดใหญ่ ๑ ต้น ต้นมะขวิด ๑ ต้น (ตรงที่เคยสร้างเป็นโรงครัวของวัด ริมคูสระใหญ่ลูกใต้ในปัจจุบัน) มีโบสถ์เก่า ๑ หลัง (ตรงที่สร้างโบสถ์ปัจจุบันนี้) และมีต้นโพธิ์กระจายขนาดใหญ่ ๑ ต้น เล่ากันว่าโบสถ์นั้นยังมีบริเวณร่มเงากว้างใหญ่มีกิ่งก้านสาขาแตกแยกออกไปถึง ๗ นาง (ตรงที่สร้างเจดีย์ ณ บริเวณหน้าห้องแถวทิศตะวันตกของวัดหนองโพในปัจจุบัน) เมื่ออพยพมาถึงนั้นได้หยุดพักผู้คน และล้อเกวียนอาศัยอยู่ใต้ร่มโพธิ์กระจายก่อน เล่ากันว่าจำนวนผู้คน และล้อเกวียนที่อพยพมาด้วยกันนั้นพอพักอาศัยอยู่ใต้ร่มโพธิ์กระจายต้นนั้นได้ทั้งหมดพอดี

๓.๓) การรวมกลุ่ม (Community)

บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น ๒๐๘ ครัวเรือน แบ่งเป็นชาย ๓๔๔ คน หญิง ๓๓๒ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๖๗๖ คน

๓.๓.๑) ข้อมูลการคมนาคม/สาธารณูปโภค

(๑) ตำบลหนองโพ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอตากาลี ห่างจากที่ว่าการอำเภอตากาลี ระยะทางรวม ประมาณ ๒๓ กิโลเมตร เริ่มต้นจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ บริเวณบ้านสามแยก ตำบลตากาลีไปตาม เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๓๒๙ (อำเภอตากาลี-อำเภอตากฟ้า) ทางทิศเหนือ เป็นระยะทางประมาณ ๑๓ กิโลเมตร ถึงบ้านหัวหวาย ตำบลตากาลี ตรงเข้าสู่ถนนลาดยาง เลียบขนานทางรถไฟสายเหนือฟากใต้ จนถึงศูนย์กลางตำบลที่บ้านหนองโพ หมู่ ๑ และหมู่ ๒ ระยะทางประมาณ ๑๐ กิโลเมตร

(๒) การเดินทางจากอำเภอตากาลี ถึงตำบลหนองโพ ระยะทาง ๒๓ กม. และจากถนนสายเอเชีย ทางแยกหนองโพ-ทางน้ำสาคร ระยะทางประมาณ ๑๔ กม. เป็นถนนลาดยาง และการเดินทางโดยทางรถไฟ ผ่านหมู่ ๒ บ้านตลาดหนองโพ ห่างจากอำเภอตากาลี ๒๐ กม.

(๓) ทางรถไฟ มีสถานีรถไฟบ้านหนองโพ จากนั้นต่อรถไปทางทิศใต้ อีก ๒.๕ กิโลเมตร

๓.๓.๒) สถานที่สำคัญในชุมชน

(๑) วัดหนองโพ (หลวงพ่อดิม พุทธสโร) ตั้งอยู่ในหมู่บ้านหนองโพ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์ บ้านหนองโพ เป็นหมู่บ้านเก่าตั้งอยู่บนที่ดอน ห่างจากลำน้ำเจ้าพระยา (กำหนดจากที่ตั้งบ้านคิ่งสำเภา อำเภอมนोरมย์ จังหวัดชัยนาท) มาทางทิศตะวันออกเป็นระยะประมาณ ๒๖ กิโลเมตร และห่างจากถนนสายเอเชีย ๑๕ กิโลเมตร นอกจากความเป็นเกจิอาจารย์ชื่อดังแล้ว ท่านยังเป็นพระนักพัฒนาสร้างถาวรวัตถุในวัดมากมาย และสิ่งที่ท่านควรจะไปชมเพื่อระลึกถึงความหลังครั้งที่หลวงพ่อดิมยังทรงสังฆารอยู่ ซึ่งสถานที่เหล่านี้แม้จะเป็นอดีตก็ยังมีสะท้อนภาพอดีตนั้นต่อมาถึงปัจจุบัน

(๒) พิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อดิม วัดหนองโพ เดิมทีเป็นพระมหาธาตุเจดีย์ที่ด้านล่างถูกปล่อย่าง พอสว่างเสร็จพื้นที่ด้านล่างไม่ได้ใช้ประโยชน์ ชุมชนคิดว่าน่าจะทำอะไรที่เป็นประโยชน์ และเรื่องราวของหลวงพ่อดิม ศิลปวัฒนธรรมในบ้านหนองโพควรได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ที่คนหนองโพจะได้ทราบถึงที่มาของความเป็นหนองโพ และทราบบรรพชน หลวงพ่อดิม ทั้งเจ้าอาวาส ครู กรรมการ เห็นพ้องกัน โดยเริ่มทำพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ตั้งแต่ปี ๒๕๕๓ เริ่มทำวัตถุประสงค์ต้องการให้เป็นสถานที่เพื่อการเผยแพร่กิตติคุณหลวงพ่อดิม เพราะอยู่ในเขตวัดและการมีคุณานุคุณให้กับวัดต่าง ๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ และนอกจากนี้ยังเป็นสถานที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมของหนองโพ ความสำคัญอีกประการหนึ่ง เนื่องจากบ้านหนองโพเป็นบริเวณของโบราณคดี ตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์และยุคประวัติศาสตร์ จึงต้องการให้พิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อดิมได้รวบรวมโบราณวัตถุไว้ด้วย ความวิจิตรของพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อดิมคงเป็นผลรวมของการจัดแสดงบรรยากาศของห้อง วัตถุทั้งจริงและจำลองเพื่อทำให้ประวัติศาสตร์กลับมามีชีวิต และการถ่ายทอดเรื่องราวจากมัมคฤเทศก์ที่ผสมผสานความตั้งใจเข้ากับสาระที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้ผู้คนได้เห็นและซาบซึ้งกับคุณานุคุณของหลวงพ่อดิมอยู่เป็นทุน การจัดการพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อดิมยังนับว่าเป็นปัจจัยบวกอีกประการหนึ่งที่ทำให้พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ควรค่าแก่การเดินทางไปสักการะหลวงพ่อดิม และปูชนียวัตถุอื่น ๆ ในวัด และการเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถาน การทำงานร่วมกันระหว่างวัดหนองโพ ชาวบ้านหนองโพ และบุคลากรโรงเรียนหนองโพพิทยา สานพลังเข้าสู่การสร้างสรรคพิพิธภัณฑสถานในระดับท้องถิ่น ให้ทั้งคนหนองโพและผู้มาเยือนได้เข้าใจว่าเหตุใดวัดหนองโพ จึงต้องนำเสนอเรื่องราวของหลวงพ่อดิม แม้ท่านมรณภาพเกินกว่ากึ่งศตวรรษ

๓.๓.๓) การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของชาวบ้านหนองโพได้ คือ การเกษตร (ไร่อ้อย) และรับจ้างโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ และอาชีพรอง คือ รับจ้างทั่วไป และค้าขาย

๓.๔) อัตลักษณ์ท้องถิ่น

บ้านหนองโพเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ยังมีร่องรอยอารยธรรมที่บอกเล่าเรื่องราวมากมาย ชุมชนตลาด ๑๐๐ ปี ซึ่งเคยรุ่งเรืองในยุคสมัยของหลวงพ่อเดิม มีโรงเรียน โรงละคร ร้านน้ำชา กาแฟ ซึ่งเปรียบเสมือนแหล่งรวมของชนชาติพันธุ์ทั้งมอญ ลาว จีน ผสมผสานกัน ประเพณีพื้นบ้าน การละเล่นกลองยาวที่สืบทอดกันมายาวนาน และยังคงอนุรักษ์ไว้ให้เห็นได้จากขบวนแห่นาค ขบวน ทอดผ้าป่า รวมถึงงานประเพณีต่าง ๆ โดยยังมีการละครโขนที่ผูกผันกับวิถีชีวิตของคนบ้านหนองโพมา นับ ๑๐๐ ปี ซึ่งมีกลุ่มกันเพชรบ้านละคร เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านหัตถกรรม ด้านเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับโขน และสืบทอดการแสดงโขนมาจนถึงปัจจุบัน กลายเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์แต่ดำรงอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของการนับถือศาสนาพุทธ อันมีหลวงพ่อเดิม เป็นศูนย์รวมจิตใจมาจวบจนปัจจุบัน

๓.๕) ต้นทุนชุมชน

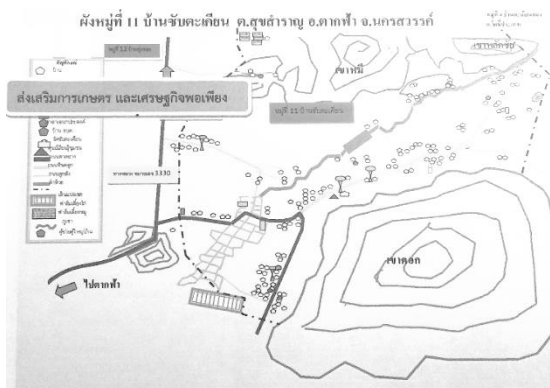
๘ วิถีวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชนบ้านหนองโพได้ ประกอบด้วย อาหาร การแต่ง กาย ภาษา ความเชื่อ ที่อยู่อาศัย อาชีพ ประเพณี และศิลปะพื้นบ้าน

๔) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ: บ้านซับตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์

๔.๑) พื้นที่ (Area)

ตำบลสุขสำราญ แบ่งเขตการปกครอง เป็น ๑๑ หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่ ๑ บ้านสุขสำราญ, หมู่ ๒ บ้านเกษตรชัย, หมู่ ๓ บ้านเขาหมี, หมู่ ๔ บ้านเขากา, หมู่ ๕ บ้านวังสำราญ, หมู่ ๖ บ้านพูนเนิน, หมู่ ๗ บ้านหนองยาว, หมู่ ๘ บ้านซับสำราญ, หมู่ ๙ บ้านขอนแก่นพะงษ์, หมู่ ๑๑ บ้านซับตะเคียน และหมู่ ๑๒ บ้านทุ่งทอง มีพื้นที่ทั้งหมดจำนวน ๘,๔๗๑ ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับ หมู่บ้านต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อ	หมู่ ๓ และ ๕ ตำบลโพธิ์ประสาท อำเภอโศก จังหวัด นครสวรรค์
ทิศใต้	ติดต่อ	หมู่ ๔ ตำบลลำพยนต์ อำเภอดงตาล จังหวัดชัยนาท
ทิศตะวันออก	ติดต่อ	หมู่ ๔ และ ๙ ตำบลโพธิ์ประสาท อำเภอโศก จังหวัด นครสวรรค์
ทิศตะวันตก	ติดต่อ	หมู่ ๖ และ ๑๒ ตำบลสุขสำราญ อำเภอดงตาล จังหวัด นครสวรรค์



ภาพที่ ๒.๑๓ แผนที่บ้านซับตะเคียน หมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า^{๘๒}

๔.๒) ประวัติความเป็นมา (Background)

ในสมัยก่อนนั้นบริเวณพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของบ้านสุขสำราญในปัจจุบันนี้เป็นบริเวณที่มีลักษณะเป็นโคก บนโคกนี้จะมีต้นลานจำนวนมาก ด้านข้างจะเป็นลำธารซึ่งมีน้ำไหลตลอดทั้งปี และมีสัตว์ป่าหลายชนิดอาศัยอยู่โดยรอบพวกพรานป่าได้เข้ามาล่าสัตว์ในบริเวณนี้ว่า “โคกลาน” ต่อมา มีชาวบ้านอพยพระยะต่อมาจึงมีประชาชนเข้ามาปลูกเรือนอาศัยในบริเวณนี้ เมื่อมีการจัดตั้งตำบลตากฟ้าชื่อโคกลานจึงเปลี่ยนเป็นชื่อ “บ้านโคกสำราญ” ในประมาณปี พ.ศ. ๒๕๑๓ ตำบลตากฟ้าถูกยกเป็นกิ่งอำเภอตากฟ้าจึงถูกเปลี่ยนชื่อเป็น “บ้านสุขสำราญ” เมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๓๙ กระทรวงมหาดไทยได้มีประกาศให้สภาตำบลสุขสำราญเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลสุขสำราญ ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารท้องถิ่นอย่างหนึ่ง ต่อมา มีชาวบ้านอพยพมาจากตากฟ้าใหญ่, เขารอยเสือ, ขอนเตือ, บ้านหมี่, ทับกฤษและจังหวัดอ่างทอง หมู่บ้านซับตะเคียนเดิมเป็นป่าดงดิบกับป่าเบญจพรรณส่วนใหญ่จะเป็นไม้ไผ่ เป็นเขตพื้นที่ทหารในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ประมาณปี พ.ศ. ๒๔๘๕ ได้ประกาศเป็นพื้นที่ทหาร พ.ศ. ๒๕๐๒ นายไสว บุตรเชื้อ ซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรกได้ไปติดต่อกับกำนันโคกแจ่มหอมซึ่งเป็นกำนันตำบลสำโรงชัย กิ่งอำเภอไพศาลี จังหวัดนครสวรรค์เพื่อขอเป็นหมู่บ้านอย่างเป็นทางการจึงกลายเป็นหมู่บ้านนับแต่นั้น ชื่อ บ้านซับตะเคียนมีที่มา คือ มีน้ำซับอยู่ใต้โคนต้นตะเคียน ชาวบ้านจึงตั้งชื่อว่า “บ้านซับตะเคียน” และถูกจัดให้เป็นหมู่บ้านในลำดับที่ ๑๑ ของตำบลสำโรงชัยกิ่งอำเภอไพศาลี จังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ. ๒๕๑๖ ผู้ใหญ่ไสว บุตรเชื้อได้ทำเรื่องขอย้ายหมู่ ๑๑ บ้านซับตะเคียนจากกิ่งอำเภอไพศาลีมาขึ้นกับอำเภอตากฟ้าได้ลำดับที่ ๑๑ อยู่ในพื้นที่ตำบลสุขสำราญ

^{๘๒} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า, เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านซับตะเคียน หมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, หน้า ๔. (อัดสำเนา).

๔.๓) การรวมกลุ่ม (Community)

บ้านซัปะตะเคียน หมู่ ๑๑ มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น ๒๑๔ ครัวเรือน แบ่งเป็นชาย ๓๑๙ คน หญิง ๓๓๕ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๖๕๔ คน การเดินทางจากอำเภอเมืองนครสวรรค์ ระยะทางจากอำเภอเมืองถึงอำเภอดากฟ้า ๗๒ กิโลเมตร ถึงแยกไฟแดงอำเภอดากฟ้า เลี้ยวไปทางหนองม่วงลพบุรีจะมีป้ายทุ่งปอเทืองระหว่างทางเป็นระยะ ห่างจากแยกประมาณ ๗ กิโลเมตร เมื่อมาถึงบ้านน้ำ สังกะวัตศรีเจริญธรรม (วัดน้ำวัง) ด้านซ้ายมือ เลี้ยวไป ๕๐๐ เมตร จะมีซอยด้านหน้าเขียนบ้านซัปะตะเคียน ระยะห่างจากอำเภอประมาณ ๔.๕๐ กิโลเมตร และถนนสาย ๑๑ (อินทร์บุรี-เขาทราย)

๔.๔) อัตลักษณ์ท้องถิ่น

หมู่บ้านซัปะตะเคียนยังเป็นหมู่บ้านที่มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตเช่นการปลูกผักผสมผสาน การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ของใช้ และอาหาร (OTOP) ดังจะเห็นได้ว่ามีหลายคนที่ดำเนินวิถีชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และการรวมกลุ่มกันเพื่อการสร้างจุดเด่นให้กับพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเมืองคาวบอย และเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมาค้าขาย ประกอบอาชีพ และหารายได้ โดยมีสโลแกนชุมชน คือ “ซัปะตะเคียน ปอเทือง เมืองคาวบอย”

๔.๕) ต้นทุนชุมชน

ทุนทางธรรมชาติ บ้านซัปะตะเคียนหมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอดากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ติดภูเขาทำให้ช่วงที่ดอกปอเทือง และดอกทานตะวันบานมีความสวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นหมู่บ้านที่มีจุดท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากมายให้ได้สัมผัสไม่ว่าจะเป็นสัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด ถ้ำค้างคาว ต้นปรังพินปี

๕) แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน: บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์

๔.๑) พื้นที่ (Area)

ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ ห่างจากอำเภอบรรพตพิสัยไปทางทิศเหนือประมาณ ๑๔ กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดนครสวรรค์ไปทางทิศเหนือ ประมาณ ๕๐ กิโลเมตร บ้านดงแม่นางเมืองมีพื้นที่ทั้งหมด ๓,๗๐๐ ไร่ หรือ ๕.๙๒ ตารางกิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบสูง ดินร่วนปนทรายเป็นส่วนใหญ่ มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อ	หมู่ ๘ บ้านคลองวิไล ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
ทิศใต้	ติดต่อ	หมู่ ๔ บ้านมาบะขาม ตำบลเจริญผล อำเภอบรรพตพิสัย
ทิศตะวันออก	ติดต่อ	หมู่ ๙ บ้านปากดงโปร่งแขนง ตำบลด่านช้าง อำเภอบรรพตพิสัย

ทิศตะวันตก ติดต่อ หมู่ ๒ บ้านเนินตะโก ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย



ภาพที่ ๒.๑๔ แผนที่บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย^{๘๓}

๔.๒) ประวัติความเป็นมา (Background)

บ้านดงแม่นางเมืองเริ่มแรกนั้นมีชาวบ้านอพยพมาจากอำเภอโกรกพระ โดยมีนางห่อและนายสอด พันธุ์ดี บุตรชาย และนายเพื่อน พันธุ์ดีต่อมาในเพื่อนได้บวชเป็นพระภิกษุจำพรรษาอยู่วัดดงแม่นางเมืองขณะจำพรรษา และบูรณปฏิสังขรณ์วัดดงแม่นางเมืองมาโดยตลอดตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๐ ต่อมาได้มีนายบาง และนางคู่ สีบังแดง นายพืง วันหอม ได้อพยพจากบ้านตาสังใต้ หมู่ ๕ โดยรกรากเดิมเป็นคนอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ย้ายมาตั้งรกรากตามชายคลอง ซึ่งเป็นป่าดงดิบ มีสัตว์ป่าตามธรรมชาติ มีป่าไผ่ ป่าเบญจพรรณ และป่าไม้จริงบุคคลเหล่านี้จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่า “บ้านหนองน้ำขุ่น” และ “บ้านดงแม่นางเมือง” สาเหตุที่เรียกว่า บ้านดงแม่นางเมือง เพราะเป็นเมืองเก่ามีโบราณวัตถุ เช่น เจดีย์ โบสถ์เก่าสมัยทวารวดี จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่า “ดงแม่นางเมือง” ต่อมาบ้านดงแม่นางเมือง และบ้านหนองน้ำขุ่น ทั้งสองกลุ่มได้แยกหมู่บ้านออกจากหมู่บ้าน ๒ หมู่บ้านมาจากบ้านเนินตะโก เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๘ และมารวมกันตั้งเป็นชุมชนโดยใช้ชื่อหมู่บ้านว่า บ้านดงแม่นางเมืองหมู่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ เป็นระยะเวลามากกว่า ๓๓ ปีแล้ว

^{๘๓} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบรรพตพิสัย, เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, หน้า ๘. (อัดสำเนา).

๔.๓) การรวมกลุ่ม (Community)

บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น ๑๒๖ ครัวเรือน แบ่งเป็นชาย ๒๔๗ คน หญิง ๒๓๕ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๔๘๒ คน

๔.๓.๑) ข้อมูลการคมนาคม/สาธารณูปโภค

จากศาลหลักเมืองนครสวรรค์เดินทางไปตามถนนอัมรินทร์วิถี มุ่งหน้าสู่ถนนหมายเลข ๓๕๒๓ ตรงไป ๒ กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนหมายเลข ๑๑๗ ไปทางตำบลเจริญผล อำเภอบรรพตพิสัยขับตรงไปอีก ๒๗ กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายไปทางถนนหมายเลข ๓๐๑๖ อีก ๑๕ กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนหมายเลข ๑๐๗๓ ตรงไปอีก ๔๕๐ เมตร และเลี้ยวซ้ายจะเข้าสู่ตัวเมืองดงแม่นางเมืองทางด้านทิศตะวันออก หรือจากตลาดเมืองใหม่อำเภอบรรพตพิสัยริมแม่น้ำปิงฝั่งตะวันออกไปตามทางหลวงจังหวัดบรรพตพิสัยหนองตาจระยะทางประมาณ ๘ กิโลเมตรเลี้ยวซ้ายเข้าไปตามแยกทางถนนใหญ่ประมาณ ๓ กิโลเมตรถึงวัดดงแม่นางเมืองซึ่งอยู่ติดถนนทางเข้าหมู่บ้าน

๔.๓.๒) สถานที่สำคัญในชุมชน

“ดงแม่นางเมือง” เป็นแหล่งโบราณคดีสำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำปิงทางทิศตะวันตกกับแม่น้ำยมและแม่น้ำน่านทางทิศตะวันออก ในพื้นที่รอยต่อของตำบลบรรพตพิสัย ตำบลตาสัง และตำบลเจริญผล ในอำเภอบรรพตพิสัย เป็นเมืองโบราณรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด ๕๐๐ x ๖๐๐ เมตร มีคลองคดซึ่งมีต้นกำเนิดจากเขาทะเลน้อยที่อยู่ในอำเภอขาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ไหลผ่านตัวเมืองทางด้านเหนือมาลงคลองตะเคียนทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ก่อนไปออกแม่น้ำเกรียงไกรหรือแม่น้ำเชิงไกรในอดีต แล้วจึงไหลไปบรรจบกับแม่น้ำน่านที่อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เมืองโบราณดงแม่นางเมืองจึงอยู่ในภูมิณีเขตของกลุ่มน้ำเกรียงไกร-น่านตอนปลาย ที่มีลำน้ำ หนองบึง มาบ เช่น หนองปลาไหล มาบมะขาม คลองคด รวมทั้งเขาทะเลน้อยเป็นองค์ประกอบหลัก ปัจจุบันสภาพพื้นที่ของอาณาบริเวณเมืองโบราณแห่งนี้เป็นที่องไร่ ทุ่งนาสลับกับทุ่งร้างและป่าละเมาะ

จากซากโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ขุดพบบ่งบอกว่า เมืองโบราณแห่งนี้มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย ต่อเนื่องมาจนถึงสมัยทวารวดีและสมัยลพบุรีตอนต้น ราวพุทธศตวรรษที่ ๑๔-๑๘ ดังปรากฏหลักฐานที่พระสถูปที่เพิ่งขุดพบใหม่ เป็นพระสถูปสมัยทวารวดี และได้ฐานพระสถูปไม่ลึกนัก พบโครงกระดูกจำนวนมากฝังอยู่ในท่านอนหงายเหยียดยาว และท่านอนหันข้างงอเข่า อันเป็นวัฒนธรรมยุคก่อนประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังพบพระพุทธรูปและพระพิมพ์สมัยทวารวดีตอนปลายต่อสมัยลพบุรี ไหขอม เครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์ซ้อง ที่สำคัญคือ บริเวณนี้เคยพบจารึกหินชนวนเขียนด้วยอักษรอินเดียและขอม ซึ่งกรมศิลปากรกำหนดให้เป็นจารึกหลักที่ ๓๕ ระบุนามเมืองแห่งนี้ว่า “ธานยปุระ” อีกทั้งกล่าวถึง กษัตริย์ศรีธรรมมาโคกราช (องค์ที่ ๒) โปรดเกล้าฯ ให้เจ้าสุนติแห่งธานยปุระกัลปนาที่ติน ผู้คน สัตว์แรงงาน และพืชผล

ถวายแต่พระสฤปอันบรรจุพระบรมอัฐิของ “กมรเตงชคตศรีธรรมมาโศก” (องค์ที่ ๑) ผู้เป็นพระราชบิดาเมื่อปี พ.ศ. ๑๗๑๐ อันแสดงให้เห็นว่า เมืองธานยปุระหรือดงแม่นางเมืองเคยเป็นบ้านเมืองมาก่อนพุทธศตวรรษที่ ๑๘ แล้ว อีกทั้งพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนบนมีรัฐอิสระ รั้งนับถือพุทธศาสนาเถรวาท ดังเห็นได้จากการเรียกนามพระมหากษัตริย์ว่า ศรีธรรมมาโศกราช อันเป็นประเพณีนิยมในวัฒนธรรมพุทธศาสนาแบบเถรวาท แตกต่างจากที่เคยปลูกฝังตามประวัติศาสตร์กระแสหลักมาแต่เดิมว่า ดินแดนสยามประเทศก่อนพุทธศตวรรษที่ ๑๘ นั้นตกอยู่ใต้การปกครองของอาณาจักรขอม ทั้งเมืองธานยปุระน่าจะสัมพันธ์กับเมืองเจนลีพู่ที่ปรากฏในจดหมายเหตุจีนในพุทธศตวรรษที่ ๑๗-๑๘ รวมถึงมีการติดต่อสัมพันธ์กับเมืองโบราณหลายแห่งที่พบในเขตนครสวรรค์ เช่น เมืองบน (เขาโคกไม้เดน) เมืองล่าง (หางน้ำสาคร) เมืองท่าตะโก เมืองไพศาลี ฯลฯ ซึ่งเมืองเหล่านี้เกาะกลุ่มกันในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยาและลุ่มน้ำน่าน รวมถึงลุ่มน้ำเกรียงไกรที่เป็นสาขาหนึ่งของแม่น้ำน่านด้วย บรรดาเมืองโบราณในเขตนี้มีร่องรอยแสดงถึงการติดต่อกับบ้านเมืองในดินแดนภาคอีสานตอนบน ดังปรากฏประเพณีการปักหินตั้งหรือเสมาแสดงเขตศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถาน เช่นที่รอบพระสฤปของดงแม่นางเมือง บริเวณท้องถื่นนี้เป็นแหล่งที่อุดมด้วยแร่เหล็กอันเป็นทรัพยากรสำคัญทางการค้า จึงพบตะกรันที่หลงเหลือจากการถลุงแร่กระจายอยู่ทั่วไป

๔.๓.๓) การประกอบอาชีพ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และนับถือศาสนาพุทธ

๔.๔) อัตลักษณ์ท้องถิ่น

บ้านดงแม่นางเมืองเป็นเมืองโบราณที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นในด้านการเป็นเมืองที่เคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ และเป็นมรดกภูมิปัญญาที่ยังคงสภาพอยู่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุปรากฏเป็นขอบเขตของคูน้ำ และคันดิน มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของเมืองโบราณ จึงเป็นแหล่งเรียนรู้ และศึกษาชุมชนเมืองโบราณในอดีตได้เป็นอย่างดี แม้ในปัจจุบันจะมีการใช้ประโยชน์จากที่ดินเพื่อการเกษตร และมีผู้คนที่อาศัยอยู่มากมายแต่ก็มีการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของประเพณี และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น ประเพณีลอยกระทง, งานเข้าพรรษา, งานบวชนาค และชุมชนยังมีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการทำหัตถกรรม งานฝีมือต่าง ๆ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ และรักษาสังคม วัฒนธรรม ประเพณีที่ดี และจำหน่ายเพื่อสร้างเศรษฐกิจ รายได้แก่ชุมชน เช่น การแปรรูปอาหาร การถนอมอาหาร งานหัตถกรรม การออมทรัพย์จะต้องเป็นงานที่มีคุณภาพมีมาตรฐานสามารถผลิตออกมาจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้เสริมของครอบครัว และดำเนินกิจการเป็นรูปธุรกิจขนาดย่อม เช่น ผ้าพื้นเมือง, พรมเซ็ดเท้าตะกร้าจากเครือเถาวัลย์, ฐูปดอกไม้ใหญ่ และเต้าหู้นมสด เป็นต้น

๔.๕) ดันทุนชุมชน

๔.๕.๑) ทุนชุมชน

(๑) ทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้นำชุมชน และราษฎรมีความสามัคคีกันเป็นอย่างดี มีสังคมแบบคนในชนบท มีการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่อาทรต่อกัน

(๒) ทุนสังคม ได้แก่ กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในชุมชน, กลุ่มสตรีในหมู่บ้าน, วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้านดงแม่นางเมือง

(๓) ทุนทางกายภาพ ได้แก่ โบราณวัตถุสมัยทวารวดี, มีพิพิธภัณฑ์ของหมู่บ้าน

(๔) ทุนทางธรรมชาติ ได้แก่ คลองส่งน้ำ, ดินเหนียวที่มีความพิเศษจากต่างที่อื่น คือ ดินเหนียวสีชมพูซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทำเครื่องปั้นดินเผาได้

(๕) ทุนการเงิน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน และชมรมคนรักดงแม่นางเมือง อำเภอบรรพตพิสัย

๔.๕.๒) ทุนทางวัฒนธรรม

(๑) อาหาร บ้านดงแม่นางเมืองมีการอนุรักษ์อาหารโบราณของกลุ่มชนชาติพันธุ์ไทยทรงดำ เช่น ปลาบั้งดิบ, กบปั้งโอ้, ผักจู้บ, แกงหม่อส้ม และต้มยำไก่บ้าน เป็นต้น

(๒) การแต่งกายบ้านดงแม่นางเมืองมีการอนุรักษ์การแต่งกายของกลุ่มชนชาติพันธุ์ไทยทรงดำ

(๓) ที่อยู่อาศัยบ้านของชาวดงแม่นางเมืองโดยส่วนใหญ่จะเป็นบ้านไม้ที่มีอยู่ตามชนบททั่วไป

(๔) ประเพณีบ้านดงแม่นางเมืองมีการอนุรักษ์ประเพณี และวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำ เช่น การนับถือผีบรรพบุรุษ การฟ้อนรำ เป็นต้น

(๕) ภาษามีการอนุรักษ์ภาษาพูดของชาวไทยทรงดำไว้รวมถึงภาษาเขียนเพื่อไม่ให้สูญหาย

(๖) อาชีพชาวเมืองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม, รับจ้าง และค้าขาย

(๗) ความเชื่อชาวดงแม่นางเมืองยังมีความเชื่อในเรื่องผีสาว เจ้าที่เจ้าทางเจ้าป่าเจ้าเขา, สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ความเชื่อของชาติพันธุ์ไทยทรงดำ

(๘) ศิลปะพื้นบ้านบ้านดงแม่นางเมืองมีศิลปะพื้นถิ่นของชาวไทยทรงดำ เช่น การฟ้อนรำ เป็นต้น

ชาวบ้านดงแม่ปางเมืองได้นำทุนที่หมู่บ้านทั้งทุนชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม มาประยุกต์เข้าด้วยกันเพื่อใช้เป็นทั้งการแสดงกิจกรรมและเมนูอาหารเด็ดประจำบ้านในการสร้างความประทับใจความตื่นตาตื่นใจน่าจดจำและเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในหมู่บ้าน

กล่าวโดยสรุปว่า การกำหนดกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยกระทำโดยการจัดกลุ่มหมู่บ้านตามศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ พิจารณาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบกับเอกสาร รายงานจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ และทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน ๕ หมู่บ้านจากพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านเป้าหมายในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ทั้งหมด ๓๖ หมู่บ้าน จากทั้งหมด ๑,๔๓๔ หมู่บ้านในจังหวัดนครสวรรค์ และจากหมู่บ้านเป้าหมายทั่วประเทศ ๓,๒๗๓ หมู่บ้าน

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการนำเอาผลงานของผู้อื่นที่พิจารณาว่าเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสำคัญพร้อมทำการทบทวนว่ามีใครทำการวิจัยเรื่องที่ใกล้เคียงที่ผู้วิจัยทำการวิจัยหรือไม่ และได้ผลการวิจัยเป็นอย่างไร เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานที่วิจัยที่ทำเพื่อให้สามารถอธิบายงานวิจัยที่ทำได้อย่างเหมาะสมกับงานของผู้วิจัย พบว่า

กรกช トラชู กชกร ศรีทะวงษ์ ณิชฐดิษฐ์ ดิษฐ์วัฒนกุล และณิชฐพัชร มณีโรจน์^{๘๔} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีศักยภาพ ได้แก่ แม่น้ำมูล การทำเครื่องปั้นดินเผา ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนและมีที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี ๖ ด้าน ได้แก่ พัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายกับทุกช่วงวัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เน้นการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนาการตลาดการสื่อสารแบบบูรณาการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายท่องเที่ยว

กฤติยา สมศิลา และกนกานต์ แก้วนุช^{๘๕} ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์” พบว่า ปัจจัยการมี

^{๘๔} กรกช トラชู และคณะ, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครอบคลุม ๒๓ ปี: ๑๖๕.

^{๘๕} กฤติยา สมศิลา และกนกานต์ แก้วนุช, “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี: ๑๑๖.

ส่วนร่วมของประชาชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ แสดงว่า เมื่อชุมชนบ้านโพนมีปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนสูง จะส่งผลให้ผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพนอยู่ในระดับที่สูงขึ้น และปัจจัยขีดความสามารถของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ แสดงว่า เมื่อชุมชนบ้านโพนมีปัจจัยขีดความสามารถของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนสูง จะส่งผลให้ผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพนอยู่ในระดับที่สูงขึ้นด้วย

กัณฑณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี^{๘๖} ได้ศึกษาวิจัย “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่ประยุกต์ใช้สามารถนำมาใช้ในการจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมายได้เป็นอย่างดี ในการค้นหาคำถามความรู้สามารถจำแนกความรู้ได้เป็น ๔ ด้าน คือ ๑. แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ๒. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว เช่น การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ๓. ด้านนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก คือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน เหตุผลที่มาเที่ยวมากที่สุด คือ เป็นทางผ่านจังหวัดเที่ยว ๔. ด้านธุรกิจ การท่องเที่ยวมีจุดแข็ง คือ ราคาเหมาะสม การบริการดี ส่วนจุดอ่อน คือ นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักธุรกิจที่พักของอำเภอพิมาย

แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๘ แห่ง การจัดเก็บความรู้สามารถแบ่งความรู้ออกเป็น ๕ หมวดใหญ่ ๑๗ หมวดย่อย ๕๗ หมู่ย่อย กำหนดชุดข้อมูลที่จำเป็นที่ใช้ในการอธิบายแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งได้เป็น ๙ องค์ประกอบ โดยกลุ่มตัวอย่างประเมินว่า ทั้งหมดหมู่ความรู้ ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหาที่ครอบคลุมละเอียด ชัดเจน และสามารถช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้นได้

คมพล สุวรรณภู และคณะ^{๘๗} ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง” พบว่า องค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม ๕ ประการ คือ ๑) คน/บุคคลากร ที่ใช้ในการ

^{๘๖} กัณฑณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารเทคโนโลยีสุรนารี *Suranaree Journal of Social Science*, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (ธันวาคม ๒๕๕๕): ๘๕.

^{๘๗} คมพล สุวรรณภู และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, รายงานวิจัย, หน้า ๑๗๕.

ต้อนรับ ๒) สถานที่ที่ใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ๓) คุณภาพและความเพียงพอของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว ๔) กิจกรรมและการบริการ และ ๕) การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถจำแนกได้ ๓ รูปแบบ ประกอบด้วย

๑. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเน้นการทำงานแบบเครือข่าย/ กลุ่ม เป็นรูปแบบที่มีการนำทุนทางสังคม (Social Capital) ที่มีอยู่ในชุมชน มาใช้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงาน กล่าวคือ ได้มีการนำทุนในเรื่องของกลุ่ม /เครือข่าย มาใช้เป็นฐานสำคัญต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว อาทิเช่น การนำผลไม้จากสวนที่เป็นสมาชิกมาเสริม การนำสินค้า OTOP ของกลุ่ม/ชุมชน เข้ามาขายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ สวนประเภทนี้ จะให้ความสำคัญกับสถานที่/ พื้นที่ ที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ บริเวณสำหรับนั่งพัก ถ่ายรูป เส้นทางเดินชมสวน และห้องน้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังมีจุดเรียนรู้ / ศึกษาดูงาน สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวที่เน้นในเรื่องของการเรียนรู้ทักษะ หรือเทคนิค การทำการเกษตร ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้สวนประเภทนี้สามารถที่จะเปิดให้บริการนักท่องเที่ยวได้ทั้งปี (นอกเหนือจากช่วงเทศกาลผลไม้ เม.ย. - มิ.ย.) โดยจะมีลูกค้าที่แวะเวียนมาใช้บริการด้วยกันอยู่ ๒ ประเภท คือ ๑) กินผลไม้บุฟเฟ่ และ ๒) เข้ามาศึกษาดูงาน ทั้งนี้จากการศึกษาสวนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จทั้ง ๖ สวน พบว่า สวนที่สามารถจัดอยู่ในรูปแบบที่ ๑ นี้ มีด้วยกันทั้งหมด ๓ สวน

๒. รูปแบบโฮมสเตย์ “สอดคล้องวิถีชีวิต อิงแอบธรรมชาติ” รูปแบบนี้เน้นการทำงานแบบครอบครัวและหรือเครือญาติ โดยมีการรวมกลุ่มกันเพื่อเปิดให้บริการที่พัก หรือที่เรียกว่า “โฮมสเตย์” สำหรับไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวประเภทที่ต้องการมาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนชาวสวน ทั้งนี้ สวนในรูปแบบที่ ๒ นี้ จะมีเงื่อนไข/ปัจจัยในเรื่องของพื้นที่ที่น้อย จึงทำให้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดโฮมสเตย์ไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว สำหรับกลไกสำคัญที่ใช้ในการดำเนินงาน คือ การมีส่วนร่วมของคนในครอบครัวและของกลุ่มโฮมสเตย์ ที่พร้อมต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว กล่าวคือ มีการจัดพื้นที่ในการให้บริการ (ที่พัก) อย่างเป็นทางการ รวมถึงมีการจัดกิจกรรมที่ได้มีการดึงเอาจุดเด่นของชุมชน อาทิ ป่าไม้ ภูเขา วัด รวมทั้งสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของชุมชน มาจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวไว้สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักโฮมสเตย์ รูปแบบนี้จึงมีลักษณะของกิจกรรมที่ความหลากหลาย และสามารถสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่นและอิงแอบธรรมชาติอย่างแท้จริง

๓. รูปแบบ “การตลาดเชิงรุก” มีรูปแบบการทำงานที่เป็นสวนเดี่ยวเอกเทศ ไม่ได้มีการนำสินค้าจากสวนอื่นมาขายในสวนตน เนื่องจากจะเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของสินค้า/ผลผลิตที่สะอาด สด ใหม่ และปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นหลัก (Fruit Fresh Healthy) อีกทั้งยังมีการคำนึงถึงคุณภาพ และความทั่วถึงในการให้บริการต่อลูกค้า ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของสวนในรูปแบบที่ ๓ นี้ ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวพร้อม ๆ กันได้มากนัก สวนในรูปแบบที่ ๓ นี้ ยังให้ความสำคัญกับเรื่องของการจัดการพื้นที่กล่าว คือ มีการตกแต่งภูมิทัศน์

ของสถานที่ที่มีความสวยงาม มีการกำหนดเส้นทางในการเดินชมสวน จุดสำหรับเลือกซื้อสินค้า จุดถ่ายรูป ที่นั่งพัก ห้องน้ำสะอาด และมีความมิดชิด รวมทั้งยังมีการคิดหากิจกรรมใหม่ ๆ มาไว้สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ ในการทำงาน/ขับเคลื่อนงานของสวนในรูปแบบนี้ เจ้าของสวนและคนในครอบครัว จะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากจะต้องควบคุมในเรื่องของคุณภาพของสินค้า เพื่อสร้างแบรนด์ของสินค้า ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่าหัวใจสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบที่ ๓ นี้ ก็คือ การควบคุมคุณภาพ/มาตรฐานของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งได้มีการนำกลไกการจัดการตลาดมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า/ผลผลิต สำหรับกลุ่ม/ประเภทของลูกค้า มักเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมสินค้าที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาด โดยคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลัก อีกทั้งยังเป็นลูกค้าที่มีกำลังในซื้อที่ค่อนข้างสูง

เจนจิรา อักษรพิมพ์^{๔๔} ได้ศึกษาวิจัย “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา” พบว่า

๑. ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ากลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีผู้นำกลุ่มที่มีความมุ่งมั่น มีความรู้ความสามารถและความเข้าใจบริบทในการจัดการท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีการสร้างความร่วมมือทั้งในระดับแนวตั้งและแนวนอน แต่เป็นเพียงการมีส่วนร่วมในระดับของการปฏิบัติ ยังขาดการสร้างความร่วมมือในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีความสามารถในการใช้สื่อและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายแต่ทำอย่างไม่ต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่าทุกกลุ่มมีแนวทางในการจัดสรรรายได้ที่เป็นธรรมแก่คนในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ถึงแม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนอาจจะไม่มากพอต่อการดำรงแต่ชาวบ้านก็ยอมรับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพราะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการได้นำเสนอวิถี วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตน อย่างไรก็ตามในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ชาวบ้านยังให้ความสำคัญกับการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในบริเวณชุมชนของตน อีกทั้งกลุ่มยังตระหนักถึงการรักษาวินัยชีวิตของชุมชนให้คงอยู่ แต่ปัญหาหนึ่งที่หลายชุมชนประสบก็คือ การขาดคนสืบทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

๒. ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ตามกรอบของรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน SEE Model ได้แก่ มิติด้านสังคม-วัฒนธรรม (Social-culture) มิติด้านเศรษฐกิจ (Economic) และมิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

^{๔๔} เจนจิรา อักษรพิมพ์, “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา” วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: ๑๙๓.

ธณิศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์^{๘๙} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์” พบว่า ด้านสภาพการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธรโดยพิจารณาจากองค์ประกอบ ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านการเงินและทรัพยากร ด้านคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย และด้านกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่า พิพิธภัณฑ์สิรินธรมีสภาพการดำเนินงานที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการ คือ งบประมาณมีจำกัดเฉพาะเพื่อการศึกษาวิจัย อนุรักษ์ เก็บรวบรวมตัวอย่างซากไดโนเสาร์ ขณะที่การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวยังไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ การบริหารจัดการขาดเครือข่ายการเรียนรู้และพัฒนาในกลุ่มประชาชนชาวบ้านหรือนักเรียนและเยาวชนรุ่นใหม่ ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวน้อย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธรให้ก้าวหน้า คือ การจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาให้ครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การปรับปรุงทัศนียภาพ กำหนดเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ จัดระเบียบพื้นที่จอดรถ ดูแลความสะอาดของห้องน้ำ สนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว และการสนับสนุนคนในชุมชนให้เข้าใจและร่วมมือร่วมใจในการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

นพพร จันทรนำชู ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี^{๙๐} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี” พบว่า แบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ๑. การเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ ๒. การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ๓. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวิถีชุมชน ๔. การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ๕. การเปิดพื้นที่กิจกรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ๖. การพัฒนาบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน และ ๗. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

^{๘๙} ธณิศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์” *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*: ๔๗๑.

^{๙๐} นพพร จันทรนำชู, ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี, “การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, *รายงานวิจัย*, หน้า ๑๓๗.

ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น เพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ๑. กิจกรรมการเรียนรู้จากพื้นที่ทางกายภาพเป็นกิจกรรมการเรียนรู้จากสถาปัตยกรรมของอาคารในพื้นที่ถนนปากแพรก ๒. กิจกรรมการเรียนรู้จากวิถีชุมชน เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ทำให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ร่วมกัน ๓. กิจกรรมการเรียนรู้จากพื้นที่การค้าเป็นกิจกรรมที่มาจากจุดเด่นของถนนแพรก ในฐานะที่เป็นย่านการค้าในอดีต ๔. กิจกรรมการเรียนรู้จากศิลปวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่ใช้ศิลปะ วัฒนธรรม และกิจกรรมสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้

นราวดี บัวขวัญ^{๑๑} ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลอง อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา” พบว่า ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๗ ด้าน คือ ๑. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๒. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๓. บริการท่องเที่ยว ๔. การส่งเสริมการตลาด ๕. การมีส่วนร่วม ๖. กระบวนการสิ่งแวดล้อม และ ๗. องค์กรในการดำเนินการ นอกจากนี้ในส่วนของรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของคลองแห่งนี้ควรมีองค์การจัดการในลักษณะประชาคมตลาดน้ำคลองแกซึ่งประกอบด้วยทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของคลองแหว่โดยมีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนเพื่อนำไปจัดการตลาดน้ำคลองแหว่ที่มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับบริบทของคลองแหว่ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม และการบูรณาการความร่วมมือกับภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในลักษณะเครือข่าย โดยใช้ตลาดน้ำคลองแหว่เป็นกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อการพัฒนาและเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ใกล้เคียง

ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทร์บุญ^{๑๒} ได้ศึกษาวิจัย “การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม” พบว่า การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคามทั้ง ๘ ชุมชนมีแนวปฏิบัติที่แตกต่างกันเนื่องจากมีแนวปฏิบัติและการได้รับ การส่งเสริมสนับสนุนแตกต่างกันตามเอกลักษณ์ ความโดดเด่นของทรัพยากรภูมิปัญญาการทอผ้าซึ่งจำแนกได้ เป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มหมู่บ้านที่เน้นการผลิต กลุ่มหมู่บ้านที่เน้นการจำหน่าย และกลุ่มหมู่บ้านที่เน้นทั้งการผลิต และจำหน่าย ส่วนการจัดการหมู่บ้านทอผ้าเพื่อพัฒนาการ

^{๑๑} นราวดี บัวขวัญ, “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแหว่ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา”, *ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม*, หน้า ๑๗๑.

^{๑๒} ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทร์บุญ, “การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม”, *รายงานวิจัย*, หน้า ๒๔๒.

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคามมีการดำเนินการระหว่างกลุ่มสตรีทอผ้าในชุมชนร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล และผู้ประกอบการเป็นหลักโดยแนวทางการจัดการมี ๕ ขั้นตอน คือ ๑) การวางแผนกลยุทธ์ ๒) การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๓) การดำเนินงาน ๔) การประสานงาน และ ๕) การจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ ผลจากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนพบว่า รูปแบบการจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบดังนี้ ๑) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีคณะทำงาน ๒) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ๓) ด้านการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ๔) ด้านการจัดการภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว และ ๕) ด้านการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้กลุ่มอาชีพในชุมชนและการพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์ แนวทางการจัดการดังกล่าวนี้วางอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม ประกอบด้วยการประชุมการสัมมนา และการปฏิบัติการ หรือร่วมกันของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรม อาทิ ตำนาน ประวัติศาสตร์ ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง และศิลปหัตถกรรมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งล้วนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นในชุมชน มาใช้เพื่อพัฒนาระบบและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก รวมทั้งการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้น

ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์^{๑๓} ได้ศึกษาวิจัย “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง” พบว่า ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีการนำหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก โดยมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดีสูงสุด มีระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับดีมากโดยมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวสูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง ร้อยละ ๔๑ โดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ๕ อันดับแรกที่ส่งผลต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง ได้แก่ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงสุด การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น การฝึกอบรมบุคลากรในท้องถิ่น การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และการจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม

^{๑๓} ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”, วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์: ๑๐๘.

ปวีณา งามประภัสสม^{๙๔} ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง” พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มีความสัมพันธ์กันในทางบวก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการในด้านที่ความสัมพันธ์สูงกว่าปัจจัยด้านอื่น คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและภาคประชาชน อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านการพัฒนาศักยภาพ ปัจจัยด้านการรับรู้ และปัจจัยด้านการสร้างเครือข่าย อยู่ในระดับต่ำสุด และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนเมาะหลวงเกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพ มีดังนี้ ๑) ส่งเสริมงบประมาณและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการจากหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน กองทุนของไฟฟ้าแม่เมาะ ๒) การดำเนินการด้านสิทธิในที่ดินทำกิน เพื่อสามารถกู้ยืมเงินเพื่อการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ๓) มีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ๔) ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ๕) จัดฝึกอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์น้อย ๖) จัดทำแผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวที่ชัดเจน ๗) จัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ชุมชนและบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม ๘) เชื่อมประสานการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธวงศ์^{๙๕} ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง” พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตร เพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๖ ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วม ส่วนกิจกรรมการเรียนรู้วิถีเกษตรในด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคีจัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาศึกษา

^{๙๔} ปวีณา งามประภัสสม, “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง”, วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์): ๘๐.

^{๙๕} พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธวงศ์, “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง”, รายงานวิจัย, หน้า ๑๔๖.

ดูงานได้ร่วมทำกิจกรรมกัน สามารถจำแนกได้เป็น ๔ ประเภท กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์ กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านอาชีพ กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม และกิจกรรม ฐานเรียนรู้ด้านการฝีมือ และนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวและศึกษาดูงาน

รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชารี^{๑๖} ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์” พบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มีทั้งหมด ๖ ด้าน คือ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔) ด้านวัฒนธรรม และประเพณี ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว โดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมประเพณี และด้านอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ ส่วนด้านลักษณะที่อยู่อาศัย และด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕

ลักษณ์ เกษราพันธ์ และคณะ^{๑๗} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี” พบว่า

๑. สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวน จังหวัด นครนายกมีแนวโน้มทางการท่องเที่ยวที่ดี เพราะมีสภาพแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความพร้อม มีการส่งเสริมการเรียนรู้ มีผู้นำชุมชนรับผิดชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก ชุมชนชาวไทยพวนมีประวัติความเป็นมายาวนานเกือบ ๒๐๐ ปี

๒. รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นคือ ทีเอชซีแอลซีเอพีซี โมเดล “ThCLCAPC Model” ประกอบด้วย ๗ องค์ประกอบ โดยที่ Th คือ Thai Phuan (ชาวไทยพวน) C หมายถึง Creation (การสร้างสรรค) L คือ Learning (การเรียนรู้) C คือ Conservation (การอนุรักษ์) A คือ Awareness

^{๑๖} รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชารี, “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์”, วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (WMS Journal of Management), ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๙): ๔๙.

^{๑๗} ลักษณ์ เกษราพันธ์ และคณะ, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, หน้า ๑๗๑.

(ความตระหนัก) P คือ Participation of Community (การมีส่วนร่วมของชุมชน) และ C คือ Cultural Tourism Activity (กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) ซึ่งผลการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

๓. ผลการทดลองใช้รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายกพบว่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมในชุมชนชาวไทยพวน

๔. ผลการประเมินรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์พบว่า มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนในทุกองค์ประกอบ โดยมีแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายกที่สำคัญได้แก่ การส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับได้รับการอบรมให้ความรู้ สร้างความตระหนัก ให้รู้คุณค่าของวัฒนธรรมชาวไทยพวน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายส่งเสริมการเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการจัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบ การจัดทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวและสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพและสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวไทยพวนได้อย่างยั่งยืน

วันชัย พวงเงิน และคณะ^{๔๘} ได้ศึกษาวิจัย “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมนม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลงและตำบลบ้านกร่าง อำเภองงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย” พบว่า ผลการสร้างเครือข่ายนักวิจัยชุมชน เพื่อร่วมพัฒนา CBT ด้วยกระบวนการ CBR ทำให้นักวิจัยชุมชน และคนในชุมชนเกิดความกระตือรือร้น และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความน่าสนใจแก่ผู้มาเยือน เพราะเริ่มเห็นว่าชุมชนของเราก็มีของดีไม่แพ้ที่อื่นเช่นกัน จึงทำให้คนในชุมชนเริ่มเข้าใจ และเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างถูกวิธี ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับคนในชุมชนในแง่มุมที่หลากหลาย นอกจากนั้นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือการยกระดับวิถีคิดเชิงระบบให้กับนักวิจัยชุมชน และทำให้เข้าใจถึงขั้นตอนของกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ซึ่งที่ผ่านมาคนในชุมชนมองว่างานวิจัยเป็นเรื่องไกลตัว และรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ยากแก่การเข้าใจ แต่เมื่อนักวิจัยชุมชนได้ลงมือปฏิบัติแล้วกับพบว่าทุกสิ่งทุกอย่าง เป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้ร่วมกันได้

^{๔๘} วันชัย พวงเงิน และคณะ, “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมนม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลงและตำบลบ้านกร่าง อำเภองงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย”, รายงานวิจัย, หน้า ๒๐๘.

ผลการศึกษาประวัติความเป็นมาและพัฒนาการ รวมถึงสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน พบว่า ชุมชนได้ทำการสำรวจทรัพยากรที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน โดยมีประเด็นการศึกษาค้นคว้าที่สำคัญ ดังนี้

๑. ด้านโบราณสถาน ประกอบไปด้วย วัดบ้านกร่าง หรือวัดสงฆ์ศรีธาธรรม วัดกงไกรลาศหลวงพ่อโต ศาลเจ้าดาบทอง และชุมชนชาวจีน

๒. ด้านความคิด ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (เรื่องเล่า) ประกอบไปด้วย ตำนานหลวงพ่อยิ้ม ตำนานหลวงพ่อยุ้ย อภินิหารของหลวงพ่อโตวิหารลอย การไหว้ครู ประมงของชุมชนโบราณกงไกรลาศ การเลี้ยง ผีบ้าน และการสวดมนต์ปลาช่อน

๓. ด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน ประกอบไปด้วย งานเพ็ญเดือน ๓ (ขึ้น ๑๔-๑๕ ค่ำ เดือน ๓ แรม ๑ ค่ำ) สลากภัตรข้าวหลาม งานเพ็ญเดือน ๔ (ขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๔ แรม ๑ ค่ำ) สลากภัตรผลไม้ (เดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม) ๑๕ ค่ำ เดือน ๖ ประเพณีการบวชพระ พิธีโกนจุก ประเพณีแข่งขันเรือพาย ประเพณีการแห่กฐินทางน้ำ เทศกาลกินปลา ประเพณีการเผาศพ พิธีรับขวัญข้าว การจักรสานเครื่องมือหาปลา กาฟักไข่ การละเล่นอีกหนึ่งอย่างของคนในชุมชน การละเล่นลูกช่วง และการทอเสื่อ

๔. พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน ด้านโบราณวัตถุ ประกอบไปด้วย พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน (วัดกงไกรลาศ) กลองเรียกผี และรูปแบบเงินของชาวจีน

๕. แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ประกอบไปด้วย การชมวิถีชีวิตของชาวนาของชุมชน ตำบลบ้านกร่างและตำบลกง เยี่ยมชมหมู่บ้านทองม้วน เกาะกง ชุมชนชาวจีน แพลลา ศาลเจ้าพ่อดาบทองตลาดสินค้าชุมชน เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพปักผ้าเซ็ดเท้า เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพเย็บผ้าร่ม เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพเย็บมุ้ง เยี่ยมชมกลุ่มข้าวกลิ้ง เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพนักร้อง นักเต้น เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพน้ำพริกแกง กราบไหว้หลวงพ่โต (วิหารลอย) วัดกงไกรลาศ ล่องแพชมวิถีชีวิตคนริมฝั่งชุมชนริมแม่น้ำยม ตลาดริมยม ๒๔๓๗ และนั่งรถคอกหมูชมวิถีชีวิตชุมชนชาวจีน

๖. สถานที่ราชการและหน่วยงานต่าง ๆ ในชุมชนริมยม ประกอบไปด้วย ที่ว่าการอำเภอองไกรลาศ สำนักงานเทศบาลตำบลองไกรลาศ สถานีตำรวจภูธรองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอองไกรลาศ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลองไกรลาศ โรงพยาบาลองไกรลาศ สำนักงานไปรษณีย์ไทย สาขาองไกรลาศ โรงเรียนอนุบาลองไกรลาศ โรงเรียนบ้านงราษฎร์อุทิศ ศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียนอำเภอองไกรลาศ (กศน.) ศูนย์เด็กเล็กเทศบาลตำบลองไกรลาศ ห้องสมุดบริการประชาชน อำเภอองไกรลาศ ธนาคารออมสิน สาขาองไกรลาศ ธนาคารกรุงไทย สาขาองไกรลาศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สาขาองไกรลาศ ธนาคารกสิกร สาขาองไกรลาศ และตลาดสดเทศบาลตำบลองไกรลาศ

๗. ร้านค้าและร้านขายของฝาก ประกอบไปด้วย ศูนย์ OTOP ภาคเหนือตอนล่าง เพ็ญจันทร์รีสอร์ท ร้านของฝาก ขนมหิงตีมแม่ประตูขาย (ศูนย์การเรียนรู้) ร้านของฝากขนมหิงมาลี (ศูนย์การเรียนรู้) ร้านของฝากทองม้วนพ่อเจริญ ร้านของฝากขนมหิงแม่สงวน ร้านของฝากรุ่งทิพย์ และร้านของฝากโกเชียร-เจ้าชีว

๘. ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ ประกอบไปด้วย ร้านอาหารริมกวง ครัวขุนณรงค์ ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ้าสา ร้านก๋วยเตี๋ยวกะลา ร้านก๋วยจั๊บหม้อดิน ร้านผัดไทใบตอง ร้านอาหารฟ้าสีรุ้ง และร้านกาแฟบ้านอ้อม

จากข้อมูลการสำรวจทรัพยากรของชุมชนงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย พบว่าทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนสามารถจำแนกรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนได้หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาของชุมชนงไกรลาศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมการศึกษาศักยภาพของชุมชนงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย พบว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนงไกรลาศนั้นมีความครอบคลุมตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง ๕ ปัจจัย ดังนี้

๑. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย เป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) และเส้นทางนี้ยังเป็นเส้นทางสายสำคัญที่สามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ นอกจากนี้จังหวัดสุโขทัยยังมีโครงข่ายการคมนาคมขั้นพื้นฐานที่สะดวกสบาย เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีความจำเป็นในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น จากข้อมูลดังกล่าว จึงมีความเป็นไปได้ว่า หากชุมชนงไกรลาศได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ครบวงจร พร้อมทั้งมีโครงข่ายการคมนาคมขนส่งที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการกระจายตัวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกที่สำคัญของจังหวัดสุโขทัย เพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวมายังชุมชนงไกรลาศได้

๒. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) พบว่า ภายในอำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สถานีบริการเชื้อเพลิง ปตท. ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร สถานพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และโรงพยาบาลงไกรลาศ สถานีตำรวจภูธร งไกรลาศ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝาก ได้แก่ ร้านอาหารฟ้าสีรุ้ง ครัวขุนณรงค์ ร้านอาหารริมกวง ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ้าสา ร้านก๋วยเตี๋ยวกะลา ร้านผัดไทใบตอง ร้านก๋วยจั๊บหม้อดิน (แจ๊กล) ร้านกาแฟบ้านอ้อม ศูนย์ OTOP

ภาคเหนือตอนล่าง เพ็ญจันทร์รีสอร์ท ร้านของฝาก ขนมหิงตัมแม่ประตู่ชาย ร้านของฝากขนมหิงมาลี
ร้านของฝากทองม้วนพ่อเจริญ ร้านของฝากขนมหิงแม่สงวน ร้านของฝากรุ่งทิพย์ และร้านของฝากโก
เชียร-เจ้าชีว

๓. ที่พัก (Accommodation) ลักษณะที่พักในอำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย ส่วน
ใหญ่เป็นที่พักขนาดเล็ก มีสไตล์การตกแต่งที่มีความกลมกลืนกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อม
โดยทั่วไป ได้แก่ ไทยสมบูรณ์ บิ๊กโฮม รีสอร์ท สุโขทัยพรเจริญ รีสอร์ท แอนด์สปา รับลม รีสอร์ท เพ็ญ
จันทร์รีสอร์ท และข้าวสีทอง โฮเต็ลแอนด์รีสอร์ท ที่พักแต่ละแห่งจะตั้งอยู่ในรัศมีของย่านชุมชน
นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย

๔. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) พบว่า ภายในอำเภอองไกรลาศ จังหวัด
สุโขทัย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์นักท่องเที่ยว
เฉพาะกลุ่มได้ และยังสามารถนำมาเชื่อมโยงโครงข่ายให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวได้

๕. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอ
องไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย มีการแบ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ แหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่ง
ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ๑) วัดบ้านกร่าง หรือวัดสงฆ์
ศรัทธาธรรม ๒) วิหารหลวงพ่ออูย ๓) วิหารหลวงพ่อโต ๔) วัดกงไกรลาศ ๕) ศาลเจ้าดาบทอง ๖)
ชุมชนชาวจีน ๗) ตลาดริมยม ๒๔๓๗ ๘) พิพิธภัณฑสถาน (วัดกงไกรลาศ) ๙) หมู่บ้านทองม้วน ๑๐)
เกาะกง ๑๑) หมู่บ้านกลางเกาะกง ๑๒) แพลลา ๑๓) ตลาดสินค้าชุมชน ๑๔) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน
หิงตัมแม่ประตู่ชาย และ ๑๕) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนหิงมาลี

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์^{๑๑} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขต
ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” พบว่า รูปแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ

๑. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ องค์ประกอบ คือ (๑) คนใน
ชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว (๒) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น (๓) หน่วยงาน
ภาครัฐที่สนับสนุน (๔) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ (๕) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

^{๑๑} วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของ
ประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, ปรัชญาคุณานิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์, หน้า ๓๓.

๒. คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ ลักษณะคือ (๑) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (๒) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (๓) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก (๔) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ และใช้ความคิดเห็นสร้างสรรค์ และ (๕) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓. การดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน มี ๕ ขั้นตอน คือ (๑) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (๒) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูล (๓) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (๔) การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ และ (๕) การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน

ทั้งนี้คนในชุมชนจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่จะต้องให้การดำเนินการเป็นไปตามคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล^{๑๐๐} ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด” พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักในชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลน้ำเขียว ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง มีอายุเฉลี่ย ๕๑-๖๐ ปี อาชีพหลัก คือ ค้าขาย การศึกษาสูงสุด คือ ระดับประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่ม คือ ๒๕๐,๐๐๐-๘๐๐,๐๐๐ บาท สถานภาพในชมรม คือ สมาชิกชมรม และพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน นอกจากนี้ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) การแจ้งตรง การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่าง ๆ และปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นประเด็นผู้มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลน้ำเขียว ได้แก่ นายกเทศมนตรี และประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเขียว

โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล^{๑๐๑} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี” พบว่า

^{๑๐๐} ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด”, วารสารธรรมศาสตร์: ๖๔.

^{๑๐๑} โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี”, วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต: ๖๒.

๑. จุดถ่ายถอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของอำเภอเสนาให้ที่มีศักยภาพค่อนข้างสูง ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติและเกษตรกรเจ้าของจุดถ่ายถอดมีองค์ความรู้เกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ที่เด่นชัด

๒. ศักยภาพของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและทดลองจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

๓. ความสามารถในการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการและทุนทางสังคมของชุมชนที่เกิดจากกระบวนการคิดและวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน เป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชนในอำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้

อานนท์ สีดาเพ็ง^{๑๐๒} ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม” พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟที่เหมาะสม ประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการ ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ด้านกระบวนการเรียนรู้ ๓) ด้านการจัดการ และ ๔) ด้านการมีส่วนร่วม โดยต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงด้วยการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยว ภายหลังจากนำรูปแบบการจัดการดังกล่าวไปใช้ พบว่า ชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในภาพรวมว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวกหรือมีสภาพดีขึ้น

รัศมี อ่อนปรีดา^{๑๐๓} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและสมุทรสงคราม” พบว่า

๑) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และสมุทรสงคราม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๕$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และเผยแพร่ภาพลักษณ์ ($\bar{X} = ๓.๗๒$) อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากรการบริหาร

^{๑๐๒} อานนท์ สีดาเพ็ง, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม”, *ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา*, หน้า ๑๗๔.

^{๑๐๓} รัศมี อ่อนปรีดา, “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและสมุทรสงคราม”, *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๒๔๓.

จัดการ ($\bar{X} = ๓.๖๖$) ปัจจัยด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{X} = ๓.๖๐$) และปัจจัยด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า ศักยภาพบุคลากรและการบริการด้านการท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๓.๕๙$) ตามลำดับ

๒) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงครามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ประกอบด้วย ๕ ตัวแปร ได้แก่ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล การสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม และนโยบายการท่องเที่ยว ($F = ๑๓๗.๕๙๐$, $p \text{ value} = ๐.๐๐๐$) ซึ่งปัจจัยทั้ง ๕ ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงครามได้ ร้อยละ ๗๐.๒๐ (Adjusted R Square = ๐.๗๐๒๐)

๓) ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และสมุทรสงคราม ประกอบด้วย ๘ ประการคือ (๑) ส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในลักษณะเครือข่ายเพื่อกำหนดนโยบายรวมถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีลักษณะรวมศูนย์ (๒) บูรณาการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (๓) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว (๔) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนร่วมกันเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว (๕) พัฒนาคุณภาพสินค้า ศักยภาพบุคลากร และการบริการด้านการท่องเที่ยว (๖) สร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานวัฒนธรรม โดยมุ่งพัฒนาเอกลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนให้เป็นจุดเด่น (๗) ปรับปรุงการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ระยะยาวทางเศรษฐกิจ (๘) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติให้คงอยู่ โดยปรับปรุงสภาพพื้นที่ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว สภาพภูมิทัศน์ในพื้นที่ไม่ถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการขยะมูลฝอยในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์^{๑๐๔} ได้ศึกษาวิจัย “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” พบว่า

๑) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร และแผนปฏิบัติการประจำปี แต่ไม่มีแผนแม่บทซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวมุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิง

^{๑๐๔} พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์, “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๑๖๕.

วัฒนธรรม เพราะมีจุดเด่นที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองมรดกโลก กลไกการขับเคลื่อนอาศัยความร่วมมือของไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นโยบายมีทิศทางเป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจน แต่ขาดกลไกการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เหมาะสม

๒) ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วย นโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการบริหารจัดการโดยรวมนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านวัดผลและประเมินได้ ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง และด้านการนำไปปฏิบัติได้ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ตามลำดับ สำหรับตัวแปรนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ด้านมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง ด้านการนำไปปฏิบัติได้ และด้านการวัดผลและประเมินได้ สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ ๔๔.๑๐ ($R^2 = ๐.๔๔๑$) และตัวแปรด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การบริหารจัดการภาครัฐ การบริหารจัดการภาคเอกชน และการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นสามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ ๕๔.๑๐ ($R^2 = ๐.๕๔๑$)

๓) ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรโดยเรียงลำดับตามความสำคัญสูงสุดประกอบด้วย (๑) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มี ๒ ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและยุทธวิธีการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (๒) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชนมี ๓ ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีความร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีความร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และยุทธวิธีความร่วมมือสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (๓) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ มี ๔ ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธวิธีส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว และยุทธวิธีส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ และ (๔) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มี ๓ ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ยุทธวิธีส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และยุทธวิธีส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

สุทธิชัย โลงนารายณ์, สุพจน์ ทรายแก้วและสาธิต วงศ์อนันต์นนท์^{๑๐๕} ได้ศึกษาวิจัย “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์” พบว่า

๑) สภาพการณ์ แนวทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๙๕$, S.D. = ๐.๕๖)

๒) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์ ปัจจุบันพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๓๗$, S.D. = ๐.๖๙)

๓) ปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งปัจจัยทั้ง ๔ ตัวนี้ สามารถอธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ ๕๕.๙๐ ($R^2 = ๐.๕๕๙$) ของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ ๐.๐๕ ๔) ตัวแบบการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสังเคราะห์จากงานวิจัยและการสนทนากลุ่ม สรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (๒) ด้านการจัดการโลจิสติกส์ (๓) ด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด (๔) ด้านการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และ (๕) ด้านการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในแหล่งท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปว่า จากการทบทวนแนวคิด และการสังเคราะห์ข้อค้นพบจากผลงานวิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) และใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อการทดสอบทฤษฎี และนำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานรากทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๓ ปัจจัย จากการให้สัมภาษณ์ความถี่ในการศึกษา ๓ อันดับแรก คือ การมีส่วนร่วม ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการตลาด โดยสามารถแสดงดัชนี และตัวชี้วัดคุณลักษณะของตัวแปรแฝงได้ ขณะเดียวกันผลจากการทบทวนยังค้นพบตัวแปรส่งผ่าน และตัวแปรแฝงภายในที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรตาม คือ การบริหารจัดการ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

^{๑๐๕} สุทธิชัย โลงนารายณ์, สุพจน์ ทรายแก้วและสาธิต วงศ์อนันต์นนท์, “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๒๒๓.

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
กรกช ตราชู และคณะ, วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครบรอบ ๒๓ ปี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๔ (๒๕๖๐): ๑๖๕.	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ๑. พัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความ หลากหลายกับทุกช่วงวัย ๒. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ๓. เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ๔. ปรับปรุงที่ พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ๕. การบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน ๖. พัฒนาการตลาด การสื่อสารแบบบูรณาการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ท่องเที่ยว
กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๕๖๑): ๑๑๖.	ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ๑. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการ จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ๒. ปัจจัยขีดความสามารถของการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชนบ้านโพน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑
กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนง ศรี, วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (ธันวาคม ๒๕๕๘): ๘๘.	การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัด นครราชสีมา จำแนกความรู้ได้เป็น ๔ ด้าน คือ ๑. แหล่งท่องเที่ยว ๒. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ๓. ด้านนักท่องเที่ยว ๔. ด้าน ธุรกิจ

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>คมพล สุวรรณภู และคณะ, รายงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘), หน้า ๑๗๕.</p>	<p>รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาค เกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง</p> <p>องค์ประกอบหลัก ๕ ประการ คือ ๑. คน/บุคคลากร ที่ ใช้ในการต้อนรับ ๒. สถานที่ที่ใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ๓. คุณภาพและความเพียงพอของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับ นักท่องเที่ยว ๔. กิจกรรมและการบริการ ๕. การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม จำแนกได้ ๓ รูปแบบ ประกอบด้วย ๑. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เน้นการทำงานแบบเครือข่าย/ กลุ่ม ๒. รูปแบบโฮมสเตย์ “สอดคล้องวิถีชีวิต อิงแอบธรรมชาติ” ๓. รูปแบบ “การตลาดเชิงรุก”</p>
<p>เจนจิรา อักษรพิมพ์, วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๙๓.</p>	<p>กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนใน จังหวัดนครราชสีมา</p> <p>๑. ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ากลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีผู้นำกลุ่มที่มีความมุ่งมั่น มี ความรู้ความสามารถและความเข้าใจบริบทในการจัดการ ท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีการสร้างความร่วมมือ ทั้งในระดับแนวตั้งและแนวนอน แต่เป็นเพียงการมีส่วน ร่วมในระดับของการปฏิบัติ</p> <p>๒. กลยุทธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนใน จังหวัดนครราชสีมา ตามกรอบของรูปแบบการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน SEE Model ได้แก่ มิติด้านสังคม-วัฒนธรรม (Social-culture) มิติด้านเศรษฐกิจ (Economic) และ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>ฉวีวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปี ที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๔๗๑.</p>	<p>การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์</p> <p>พิจารณาจากองค์ประกอบ ๔ ด้าน คือ ๑. ด้านการเงิน และทรัพยากร ๒. ด้านคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ๓. ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย ๔. ด้านกระบวนการมีส่วนร่วม</p>
<p>นพพร จันทรนำชู, ศศิพร ต่ายคำ และ กมลรัตน์ หนูสวี, รายงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๓๗.</p>	<p>การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการ เรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี</p> <p>รูปแบบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๑. การเรียนรู้เพื่อ สร้างประสบการณ์ ๒. การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ๓. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวิถีชุมชน ๔. การสร้างเครือข่าย การท่องเที่ยว ๕. การเปิดพื้นที่กิจกรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ๖. การพัฒนาบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน ๗. การพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้</p> <p>ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๑. กิจกรรม การเรียนรู้จากพื้นที่ทางกายภาพเป็นกิจกรรมการเรียนรู้จาก สถาปัตยกรรมของอาคารในพื้นที่ถนนปากแพรก ๒. กิจกรรม การเรียนรู้จากวิถีชุมชน เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ทำให้คนใน ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ร่วมกัน ๓. กิจกรรมการ เรียนรู้จากพื้นที่การค้าเป็นกิจกรรมที่มาจากจุดเด่นของถนน แพรก ในฐานะที่เป็นย่านการค้าในอดีต ๔. กิจกรรมการ เรียนรู้จากศิลปวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่ใช้ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>นราวดี บัวขวัญ, ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สิ่งแวดล้อม, (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖), หน้า ๑๗๑.</p>	<p>รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา</p> <p>ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๗ ด้าน คือ ๑. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๒. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๓. บริการท่องเที่ยว ๔. การส่งเสริมการตลาด ๕. การมีส่วนร่วม ๖. กระบวนการ สิ่งแวดล้อม ๗. องค์กรในการดำเนินการ</p>
<p>ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทร์ฤ ทยานงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๖๐), หน้า ๒๔๒.</p>	<p>การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและ จังหวัดมหาสารคาม</p> <p>ความโดดเด่นของทรัพยากรภูมิปัญญาการทอผ้าซึ่งจำแนก ได้ เป็น ๓ กลุ่ม คือ ๑. กลุ่มหมู่บ้านที่เน้นการผลิต ๒. กลุ่ม หมู่บ้านที่เน้นการจำหน่าย ๓. กลุ่มหมู่บ้านที่เน้นทั้งการผลิต และจำหน่าย</p> <p>แนวทางการจัดการมี ๕ ขั้นตอน คือ ๑. การวางแผนกล ยุทธ์ ๒. การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๓. การดำเนินงาน ๔. การประสานงาน ๕. การจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ</p> <p>รูปแบบการจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบ คือ ๑. ด้านการ จัดการการท่องเที่ยวโดยมีคณะทำงาน ๒. ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชน ๓. ด้านการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดย ชุมชน ๔. ด้านการจัดการภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว ๕. ด้าน การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้กลุ่มอาชีพในชุมชน และการพักค้างคืน</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๐): ๑๐๘.</p>	<p>การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อ การพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของจังหวัดในเขตภาคกลาง</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีการนำหลักการจัดการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ๒. หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อมาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาค กลาง ร้อยละ ๔๑ ๓. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ๕ อันดับแรกที่ส่งผล ต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของ จังหวัดในเขตภาคกลาง
<p>ปวีณา งามประภาสม, วารสารศรีนครินทร์วิจัยและ พัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปี ที่ ๘ ฉบับที่ ๑๖ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๘๐.</p>	<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่หลวง อำเภอ แม่เกาะ จังหวัดลำปาง</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแม่หลวง อำเภอแม่เกาะ จังหวัดลำปาง มี ความสัมพันธ์กันในทางบวก ๒. แนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชน แม่หลวงเกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพ มีดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัต นพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธวงศ์, รายงานวิจัย, (สถาบันการทอ่งเทียวโดยชุมชน, ๒๕๖๐), หน้า ๑๔๖.</p>	<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอ แม่เมาะ จังหวัดลำปาง</p> <p>มีองค์ประกอบที่สำคัญ ๖ ด้าน คือ ๑. ศักยภาพด้านแหล่ง ท่องเที่ยว ๒. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ๓. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยว ๔. ศักยภาพ ด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ๕. ศักยภาพด้านการตลาดการ ท่องเที่ยว ๖. ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วม</p> <p>ส่วนกิจกรรมการเรียนรู้วิถีเกษตรจำแนกได้เป็น ๔ ประเภท คือ ๑. กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ ๒. กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านอาชีพ ๓. กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้าน วัฒนธรรม ๔. กิจกรรมฐานเรียนรู้ด้านการฝีมือและนำเสนอ โปรแกรมการท่องเที่ยวและศึกษาดูงาน</p>
<p>รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชารี, วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์ (WMS Journal of Management), ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๙): ๔๙.</p>	<p>ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จใน การจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านข้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์</p> <p>อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวมีทั้งหมด ๖ ด้าน คือ ๑. ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒. ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓. ด้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ๕. ด้าน กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ๖. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>วันชัย พวงเงิน และคณะ, รายงานวิจัย, (เทศบาลตำบลงไกรลาศ อำเภออง ไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย, ๒๕๖๐), หน้า ๒๐๘.</p>	<p>การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดย เครือข่ายชุมชนริมน้ำ ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย ผลจากการสร้างเครือข่ายทำให้นักวิจัยชุมชน และคนใน ชุมชนเกิดความกระตือรือร้น และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชน ของตนเองให้มีความน่าสนใจแก่ผู้มาเยือน ศักยภาพของการ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนงไกรลาศนั้นมีความครอบคลุม ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ดังนี้ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พัก (Accommodation) ลักษณะที่พักในอำเภอองไกรลาศ จังหวัด สุโขทัย</p>
<p>วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, ปรัชญาคุณนิตินันท์บัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕), หน้า ๓๑.</p>	<p>การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของ ประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ ๑. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ องค์ประกอบ คือ ๑) คนในชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ๒) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น ๓) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน ๔) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ ๕) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ๒. คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ ลักษณะคือ ๑) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ๒) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ๓) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก ๔) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มี ประสบการณ์ และใช้ความคิดเห็นสร้างสรรค์ และ ๕) การสนับสนุน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๓. การดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน มี ๕ ขั้นตอน คือ ๑) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ๒) การ ประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูล ๓) การจัดกิจกรรมเชิง สร้างสรรค์ ๔) การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ และ ๕) การเรียนรู้ วัฒนธรรมในชุมชน</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, วารสารธรรมศาสตร์, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๐): ๖๔.</p>	<p>ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาดำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ผู้ให้ข้อมูลหลักในชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลน้ำเขียว ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง มีอายุเฉลี่ย ๕๑-๖๐ ปี อาชีพหลักคือ ค้าขาย การศึกษาสูงสุด คือ ระดับประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่ม คือ ๒๕๐,๐๐๐-๔๐๐,๐๐๐ บาท สถานภาพในชมรม คือ สมาชิกชมรม ๒. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ๓. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) การแจ้งตรง การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่าง ๆ ๔. ปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นประเด็นผู้มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลน้ำเขียว ได้แก่ นายกเทศมนตรีและประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลน้ำเขียว
<p>โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๖): ๖๒.</p>	<p>การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชนอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. จุดถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของอำเภอเส้าไห้มีศักยภาพค่อนข้างสูง ๒. ศักยภาพของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและทดลองจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ๓. ความสามารถในการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการและทุนทางสังคมของชุมชนที่เกิดจากกระบวนการคิดและวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน เป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชนในอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>อานนท์ สีดาเพ็ง, วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลัง กายและการกีฬา, (มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙), หน้า ๑๗๔.</p>	<p>รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภาคีสฟโดยการประยุกต์ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการ ๔ ด้าน คือ ๑. ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒. ด้านกระบวนการ เรียนรู้ ๓. ด้านการจัดการ ๔. ด้านการมีส่วนร่วม โดยต้อง ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงด้วยการจัดตั้งชมรมการ ท่องเที่ยว ภายหลังจากนำรูปแบบการจัดการดังกล่าวไปใช้ พบว่า ชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและ วัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ ชุมชนในภาพรวมว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวกหรือ มีสภาพดีขึ้น</p>
<p>รัศมี อ่อนปรีดา, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน ศาสตร์, (มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘)</p>	<p>การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและ สมุทรสงคราม ๑) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และ สมุทรสงคราม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ๒) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงครามอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ประกอบด้วย ๕ ตัวแปร ได้แก่ การ มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล การสร้างความ ยั่งยืนทางวัฒนธรรม และนโยบายการท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ ๒.๑๕ สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

นักวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<p>พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน ศาสตร์, (มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘)</p>	<p>ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร</p> <p>๑) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร และแผนปฏิบัติการ ประจำปี แต่ไม่มีแผนแม่บทซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในระยะยาวมุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>๒) ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วย นโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ใน ระดับมาก</p>
<p>สุทธิชัย โฉ่นารายณ์, สุพจน์ ทรายแก้ว และสาธิต วงศ์อนันต์นันท์, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน ศาสตร์, (มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๖๑).</p>	<p>ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์</p> <p>๑) สภาพการณ์ แนวทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัด บุรีรัมย์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก</p> <p>๒) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดบุรีรัมย์ ปัจจุบันพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก</p> <p>๓) ปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ส่งผล ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัด บุรีรัมย์ ซึ่งปัจจัยทั้ง ๔ ตัวนี้ สามารถอธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ ๕๕.๘๐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ ๐.๐๕</p> <p>๔) ตัวแบบการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสังเคราะห์จากงานวิจัยและการ สนทนากลุ่ม สรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านการจัดการการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ (๒) ด้านการจัดการโลจิสติกส์ (๓) ด้านการ พัฒนาช่องทางการตลาด (๔) ด้านการสร้างนวัตกรรม บริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และ (๕) ด้านการ บริหารจัดการขยะมูลฝอยในแหล่งท่องเที่ยว</p>

กล่าวสรุปโดยภาพรวมว่า การศึกษาวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยเหตุนี้การคัดเลือกเอกสารเพื่อนำมาวิเคราะห์จึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้อง มีเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกเอกสารมาใช้ในการวิจัย ซึ่งเกณฑ์ที่สำคัญประกอบด้วย ๑) ความจริง (Authenticity) ๒) ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) ๓) การเป็นตัวแทน (Representativeness) และ ๔) ความหมาย (Meaning) ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลในเอกสารที่นำมาวิเคราะห์ ก็เป็นตัวแปรสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดข้อมูลเพื่อทบทวน จำนวน ๒๐ เรื่อง แบ่งเป็นบทความวิจัยจากวารสาร จำนวน ๑๐ เรื่อง รายงานวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน ๖ เรื่อง งานวิจัยระดับปริญญาเอก จำนวน ๓ เรื่อง และรายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน ๑ เรื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานที่ผู้วิจัยกำลังศึกษามาเป็นฐานในการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์งานวิจัย (Systematic Reviews) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติในการรวบรวมผลของงานวิจัยในแต่ละเรื่องที่มีความเป็นเนื้อเดียวกันมาสรุปรวมกัน มีการให้ค่าเชิงปริมาณที่แน่นอน และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้น ดังนี้

๑. โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) พบว่า องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการตลาด การบริหารจัดการ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบถึงเส้นทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย โดยสามารถแสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๖ ตัวแปรแฝง ทิศทางความสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรแฝง	ผลที่ตามมา (ทิศทางความสัมพันธ์)	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การมีส่วนร่วม	การบริหารจัดการ (+)	สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (๒๕๔๗) อรรวิภา จรุงญาจรูวัฒนา, สิริปริยัตยานุศาสตร์, เทพประวิณ จันทร์แรง และพิสิฏฐ์ โคตรสุโพธ (๒๕๕๙) พระธัชพล สิริภทโท (งามแพง) (๒๕๕๘) พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต) (๒๕๕๐)
	การจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (+)	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐) กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) นรราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) ลักษณา เกยุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙) ปวีณา งามประภาสสม (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐุม หงส์สุวรรณ และนิ่มนวล จันทร์บุญ (๒๕๖๐) ธณัศวัด กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) คมพล สุวรรณภู และคณะ (๒๕๕๙) กัณฑณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (๒๕๕๘) Adhikary Mc. Kinsey (1995)

ตารางที่ ๒.๑๖ ตัวแปรแฝง ทิศทางความสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ผลที่ตามมา (ทิศทาง ความสัมพันธ์)	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
ทรัพยากรการ ท่องเที่ยว	การบริหารจัดการ (+) การจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (+)	เพลินพิศ สมสกุล (๒๕๕๙) ว. วชิรเมธี (๒๕๕๑) พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) (๒๕๔๓) กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวาล จันทรุญ (๒๕๖๐) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐) โคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖) คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)
การตลาด	การบริหารจัดการ (+) การจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (+)	พระครูถาวรสิทธิการ และพระราชเชมากร (๒๕๖๑) พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) (๒๕๔๓) พระครูอุทัยสุตกิจ, ดร.สุทนต์ ศรีไสย์ และดร.จินต์ วิภา ตะกล้าศ (๒๕๕๘) ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐) กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐) เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐)

ตารางที่ ๒.๑๖ ตัวแปรแฝง ทิศทางความสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ผลที่ตามมา (ทิศทาง ความสัมพันธ์)	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การตลาด	การจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (+)	เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) ลักษณะ เกยุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทรรุญ (๒๕๖๐) กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐) กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (๒๕๕๘) นพพร จันทรรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)

๒. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายใน คือ การองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community-based Tourism Management) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๗ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้ามวัฒนธรรม (Reciprocating)	Richards, G. (๒๐๑๑) สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (๒๕๕๘) ถวัลย์ มาศจรัส (๒๕๕๒) พรทิพย์ อุดมสิน (๒๕๕๔)

ตารางที่ ๒.๑๗ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์	การมีประสบการณ์ตรง ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Experiencing)	Richards, G. (2011) สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (๒๕๕๘) Kwortnik, R. J. & Ross. W.T. (2007) Poulsson, S. H. G. & Kale, S. H. (2004)
	การชื่นชม และเข้าใจ จิตวิญญาณของพื้นที่ (Appreciating)	Richards, G. (2011) สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (๒๕๕๘) ยุพิน อุ่นแก้ว และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล (๒๕๖๐)
	การเรียนรู้สิ่งใหม่ (Lifelong Education)	Richards, G. (2011) สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (๒๕๕๘) Baggs, J. G. & Schmitt M. H. (2000)

๓. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายนอก แบ่งออกเป็น ๓ โมเดล ประกอบด้วย

๓.๑ องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (Participation) ประกอบด้วย การร่วมทำ (Implementation) การร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits) การร่วมวางแผน (Planning) และการร่วมคิด (Thinking) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๘ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้วิจัย
องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	การร่วมทำ (Implementation)	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) ลักษณ์ เกยุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙) ปวีณา งามประภาสสม (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทบุญ (๒๕๖๐) ธณิศวัต กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙) กัณฑ์กมล แก้วสง่า และนิตยาชล จำนงศรี (๒๕๕๘) Adhikary Mc. Kinsey (1995)
	การร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits)	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐) กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) ลักษณ์ เกยุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทบุญ (๒๕๖๐) ธณิศวัต กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙)

ตารางที่ ๒.๑๘ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	การร่วมวางแผน (Planning)	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) ปวีณา งามประภาสสม (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทรุญ (๒๕๖๐) ธณิศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙) กัณฑ์กมล แก้วสง่า และนิตยาชด จ่านงศรี (๒๕๕๘)
	การร่วมคิด (Thinking)	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) ปวีณา งามประภาสสม (๒๕๕๙) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ธณิศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (๒๕๕๙)

๓.๒ องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) และพื้นที่ (Place) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑๙ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑) นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐) กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐) โคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖) คมพล สุวรรณภู และคณะ (๒๕๕๙) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)
	กิจกรรม (Activities)	นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐) วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕) กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐) คมพล สุวรรณภู และคณะ (๒๕๕๙) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐) รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพขารี (๒๕๕๙)
	สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction)	อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐) พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐) กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐)

ตารางที่ ๒.๑๙ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction)	โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖)
	พื้นที่ (Place)	นพพร จันทรนาชู และคณะ (๒๕๖๐)
		กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)
		นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)
		อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙)
		วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕)
		โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (๒๕๕๖)
		คมพล สุวรรณภู และคณะ (๒๕๕๙)
		รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพขารี (๒๕๕๙)

๓.๓ องค์ประกอบด้านการตลาด (Marketing) หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ แต่เนื่องด้วยจากผลการวิจัยไม่ได้ให้น้ำหนักในประเด็นนี้อย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยจึงทำการสังเคราะห์องค์ประกอบด้านการตลาดผ่านทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในบริบทดังกล่าว แต่ด้วยค่าความถี่ของคะแนนในลำดับที่ ๔ และ ๕ มีน้ำหนักเท่ากัน ผู้วิจัยจึงกำหนดเพียง ๓ ลำดับสูงสุด ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร (Channel) เครือข่าย (Network) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ ๒.๒๐ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบด้านการตลาด

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การตลาด	ช่องทางการสื่อสาร (Channel)	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐)
		กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑)
		นราวดี บัวขวัญ (๒๕๕๕)
		เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐)
		ลักขณา เกตุราพันธ์ และคณะ (๒๕๕๙)

ตารางที่ ๒.๒๐ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบด้าน
การตลาด (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การตลาด	ช่องทางการสื่อสาร (Channel)	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อารี ผสานสินธุวงศ์ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทฤษฎ (๒๕๖๐) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)
	เครือข่าย (Network)	ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐) วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)
	การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)	วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐) ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมิต จันทฤษฎ (๒๕๖๐) นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐)

๔. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายใน และเป็นตัวแปรส่งผ่าน คือ การทำงานที่เป็นไปตามการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (Management) ประกอบด้วย การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (Aspiration) การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท (Effort) การมีใจที่จดจ่อ และการมีความรับผิดชอบ (Active Thought) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา (Investigation) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ ๒.๒๑ ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบการบริหาร
จัดการ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
การบริหารจัดการ	การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (Aspiration)	Deming, Edward W. (1995) ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓ พระธีรวัต จรณธมโม (คณิศรพัทธ์) (๒๕๖๐) ผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์ กุล (๒๕๖๑)
	การมีความเพียร ความ มุ่งมั่นทุ่มเท (Effort)	Deming, Edward W. (1995) ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓ มยุรี คำปาเชื้อ, อินฉา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน (๒๕๕๙) ผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์ กุล (๒๕๖๑)
การบริหารจัดการ	การมีใจที่จดจ่อ	Deming, Edward W. (1995)
	การมีความรับผิดชอบ (Active Thought)	ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓ ปิ่นมณี ขวัญเมือง (๒๕๕๗)
	การทบทวนในสิ่งที่ได้ คิดได้ทำมา (Investigation)	Deming, Edward W. (1995) ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓ ผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์ กุล (๒๕๖๑)

เมื่อสังเคราะห์ และนำเสนอได้ครบทุกโมเดลซึ่งสามารถแสดงดัชนี และตัวชี้วัด
คุณลักษณะของตัวแปรแฝงได้อย่างครบถ้วน จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ตาม
รายละเอียดใน ๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้สรุปผลจากการทบทวนแนวคิด และสังเคราะห์ข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้

๑. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายนอก แบ่งออกเป็น ๓ โมเดล ประกอบด้วย

๑.๑ องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (Participation) ประกอบด้วย การร่วมทำ (PART1), ร่วมรับผลประโยชน์ (PART2), ร่วมวางแผน (PART3) และร่วมคิด (PART4) สังเคราะห์จากงานวิจัยของ ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐), กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑), นรวาดี บัวขวัญ (๒๕๕๕), อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙), เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐), ลักษณ์า เกยราพันธ์ (๒๕๕๘), ปวีณา งามประภาสม (๒๕๕๙), พรรณิธิดา เหล่าพวงศักดิ์ และคณะ (๒๕๖๐), ปฐม หงส์สุวรรณ และ นิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐), ธนัศวัด กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (๒๕๕๙), วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕), คมพล สุวรรณภู และ คณะ (๒๕๕๙), กันตภณ แก้วสง่า และ นิตาชล จำนงศรี (๒๕๕๘) และ Mc. Kinsey Adhikary (1995) (ตารางสังเคราะห์ หน้า ๓๖)

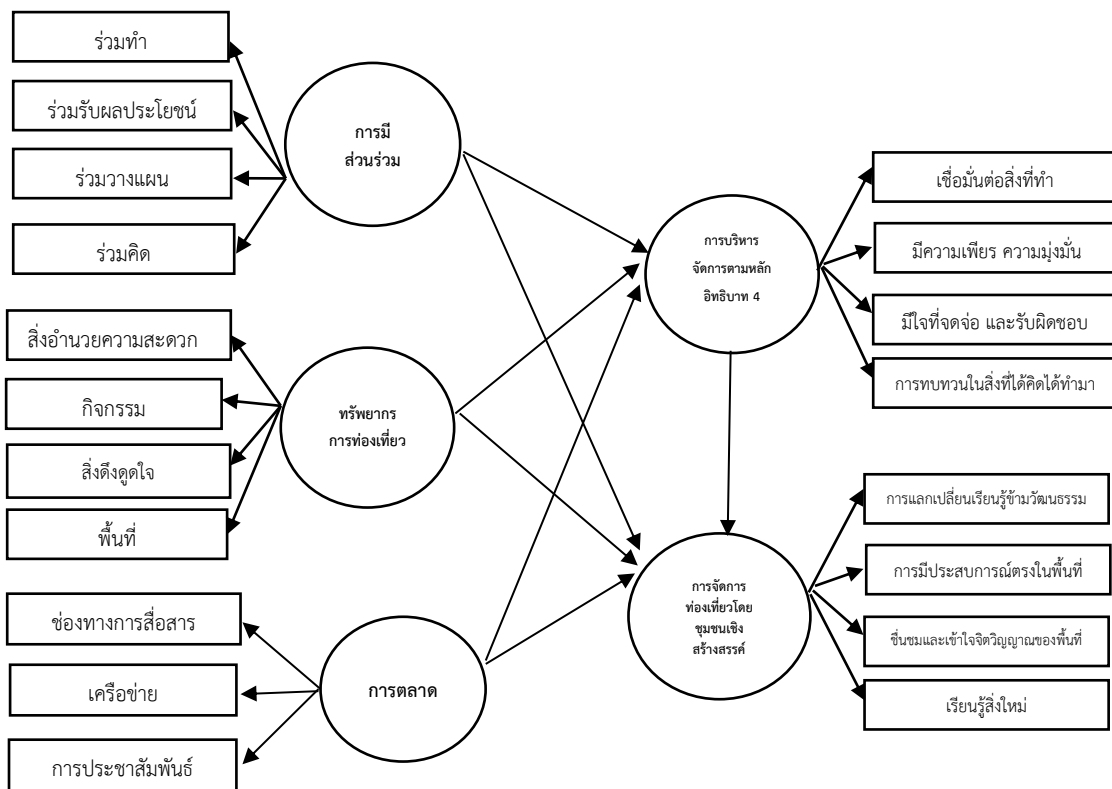
๑.๒ องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1), กิจกรรม (TOUR2), สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) สังเคราะห์จากงานวิจัยของกฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑), นรวาดี บัวขวัญ (๒๕๕๕), อานนท์ สีดาเพ็ง (๒๕๕๙), วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐), ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐), พรรณิธิดา เหล่าพวงศักดิ์ และคณะ (๒๕๖๐), ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐), วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (๒๕๕๕), กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐), ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์าวีกุล (๒๕๕๖), คมพล สุวรรณภู และ คณะ (๒๕๕๙), นพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐), รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชารี (๒๕๕๙) (ตารางสังเคราะห์ หน้า ๔๗-๔๘)

๑.๓ องค์ประกอบด้านการตลาด (Marketing) ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร (MARK1), เครือข่าย (MARK2) และการประชาสัมพันธ์ (MARK3) สังเคราะห์จากงานวิจัยของศุภมาส แหวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (๒๕๖๐), กฤติยา สมศิลา (๒๕๖๑), นรวาดี บัวขวัญ (๒๕๕๕), วันชัย พวงเงิน และคณะ (๒๕๖๐), ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (๒๕๖๐), เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐), ลักษณ์า เกยราพันธ์ (๒๕๕๘), พรรณิธิดา เหล่าพวงศักดิ์ และคณะ (๒๕๖๐), ปฐม หงส์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ (๒๕๖๐), กรกช ตราชู และคณะ (๒๕๖๐), กันตภณ แก้วสง่า และ นิตาชล จำนงศรี (๒๕๕๘) และนพพร จันทรนำชู และคณะ (๒๕๖๐) (ตารางสังเคราะห์ หน้า ๖๒)

๒. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายใน คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community-based Tourism Management) ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (CREA1), การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (CREA2), การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (CREA3) และการเรียนรู้สิ่งใหม่ (CREA4) สอดคล้องกับแนวคิด และงานวิจัยของ Richards, G. (2011), สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (๒๕๕๘), ถวัลย์ มาศจรัส (๒๕๕๒), พรทิพย์ อุดมสิน (๒๕๕๔), Kwortnik, R. J. & Ross. W.T. (2007), Poulsson, S. H. G. & Kale, S. H. (2004), ยุพิน อุ่นแก้ว และโชคชัย สุเวชวัฒน์กุล (๒๕๖๐) และ Baggs, J. G. & Schmitt M. H. (2000)

๓. โมเดลการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงภายใน และเป็นตัวแปรส่งผ่าน คือ การทำงานที่เป็นไปตามหลักอิทธิบาท ๔ ประกอบด้วย การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1), การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท (MANA2), การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ (MANA3) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา (MANA4) สอดคล้องกับแนวคิดของ Deming, Edward W. (1995), พระธีรวัตติ จรณธมโม (คณิงทรัพย์) (๒๕๖๐), ผดุง วรรัตนทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และสานิต ศิริวิศิษฐ์กุล (๒๕๖๑), มยุรี คำปาเชื้อ, อินตา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน (๒๕๕๙) และปิ่นมณีขวัญเมือง (๒๕๕๗) และหลักธรรม ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๑/๒๓๓

เมื่อสังเคราะห์ และนำเสนอได้ครบทุกโมเดลซึ่งสามารถแสดงดัชนี และตัวชี้วัดคุณลักษณะของตัวแปรแฝงได้อย่างครบถ้วน จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ ๒.๑๕ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. วิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ๒. สังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และ ๓. พัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) เพราะต้องการให้ได้ผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ คือ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย รูปแบบการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยแผนแบบการวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๓.๑ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

๓.๒ รูปแบบการวิจัย

๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้เชี่ยวชาญ

๓.๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๓.๓ ผู้เชี่ยวชาญ

๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔.๑ แบบสอบถาม

๓.๔.๒ แบบสัมภาษณ์

๓.๔.๓ แบบประเมินผลในการสนทนากลุ่ม

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕.๑ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

๓.๕.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

๓.๕.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

๓.๕.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๖.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

๓.๖.๒ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

๓.๖.๓ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

๓.๑ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้แนวทางในการดำเนินการในวิจัยครั้งนี้เป็นไปอย่างมีระบบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการวิจัยเป็น ๓ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การเตรียมการวิจัย

ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำมาพัฒนาเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งตำรา เอกสารวิชาการ ข้อมูลสารสนเทศ งานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขอคำแนะนำและความเห็นชอบจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รับข้อเสนอแนะไปปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องให้สมบูรณ์

ขั้นตอนที่ ๒ การดำเนินการวิจัย

เป็นขั้นตอนการศึกษาวิเคราะห์กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย เพื่อการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาเครื่องมือ ปรับปรุงคุณภาพ และนำเครื่องมือที่สร้างและพัฒนาไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลการวิเคราะห์ ทั้งนี้ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ ๒ นี้จะประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ๓ ขั้นตอน ดังนี้



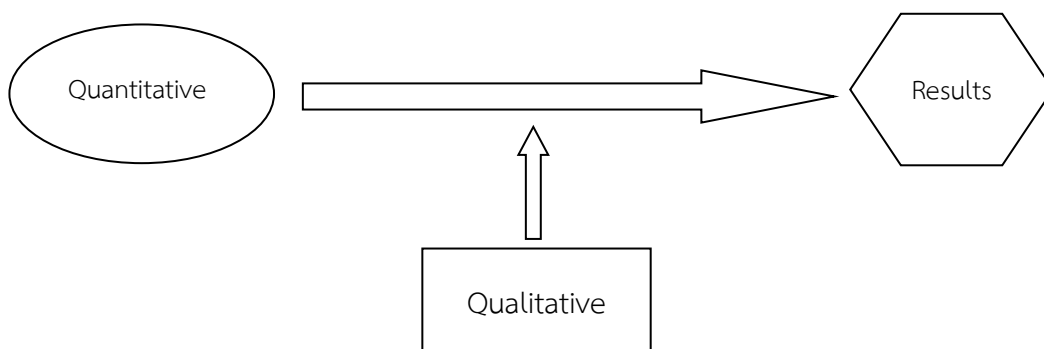
ภาพที่ ๓.๑ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ ๓ การรายงานผลการวิจัย

เป็นขั้นตอนของการจัดทำรายงานผลการวิจัยเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการผู้ควบคุม
 คุชชินีพนธ์ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ
 ผู้ควบคุมคุชชินีพนธ์ จัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอเพื่อพิจารณา และเผยแพร่ต่อไป

๓.๒ รูปแบบการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้
 กำหนดระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ใช้วิธีการเชิง
 คุณภาพเพื่ออธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Method to Explain Quantitative
 Results) ซึ่งผู้วิจัยตั้งคำถามการวิจัยเชิงปริมาณ และการตอบคำถามวิจัย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิง
 คุณภาพเพื่ออธิบายเสริมเติมเต็มให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น มุ่งเน้นการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา
 (Descriptive Analysis) สามารถแสดงเป็นแผนผัง (Diagram) ได้ดังนี้



ภาพที่ ๓.๒ แผนแบบการวิจัย^๑

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการศึกษาใน ๓ ลักษณะ รายละเอียดดังต่อไปนี้

๓.๒.๑ การศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) ทำการทบทวนจาก
 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์หาปัจจัยที่มี
 อิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยเหตุนี้การ
 คัดเลือกเอกสารเพื่อนำมาวิเคราะห์จึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้อง
 เกณฑ์สำหรับการคัดเลือกเอกสารมาใช้ในการวิจัย ซึ่งเกณฑ์ที่สำคัญประกอบด้วย ๑) ความจริง

^๑ นงลักษณ์ วิรัชชัย, วิจัยและสถิติ: คำถามชวนตอบ, (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยา
 การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๒), หน้า ๕๖-๕๗.

(Authenticity) ๒) ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) ๓) การเป็นตัวแทน (Representativeness) และ ๔) ความหมาย (Meaning)^๒ ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลในเอกสารที่นำมาวิเคราะห์

๓.๒.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อยืนยัน และทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๕ หมู่บ้าน ๒,๗๓๓ คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ออกเป็น ๕ กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน จากประชากรทั้งหมด จำนวน ๓๖ หมู่บ้าน ๑๙,๕๙๙ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

๓.๒.๓ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

๑) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๗ รูป/คน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ รวมถึงการเสนอแนะข้อคิดเห็นในประเด็นที่มีข้อขัดแย้งหรือเห็นควรเพิ่มเติมให้ชุดความรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตัวแปรศึกษาคือ ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

๒) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดแล้ว ก็จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

๓) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ศาสนา ประชาชนชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น

^๒ Scott, J., *A Matter of Record, Documentary Sources in Social Research*, (Cambridge: Polity Press, 1990), pp. 1-2.

ข้อเสนอแนะ และการสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างรอบด้านด้วยความละเอียดลึกซึ้ง จำนวน ๘ รูป/คน

๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้เชี่ยวชาญ

๓.๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในหมู่บ้านเป้าหมาย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จำนวน ๕ หมู่บ้าน ใน ๓๖ หมู่บ้าน ๑๕ อำเภอของจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน ๒,๗๓๓ คน^๓ ประกอบด้วย

๑.๑) ประชาชนบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จำนวน ๗๖๘ คน

๑.๒) ประชาชนบ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จำนวน ๑๕๓ คน

๑.๓) ประชาชนบ้านหาดเสลา ตำบลเขาดิน อำเภอเก้าเลี้ยว จำนวน ๖๗๖ คน

๑.๔) ประชาชนบ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากฟ้า จำนวน ๖๕๔ คน

๑.๕) ประชาชนบ้านจันเสน ตำบลจันเสน อำเภอตากฟ้า จำนวน ๔๘๒ คน

๒) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกระจายกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมในกลุ่มต่าง ๆ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งได้วิเคราะห์หมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง ๓๖ หมู่บ้าน โดยการจัดหมวดหมู่ตามทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น ๕ กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน และกำหนดใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลาก (Lottery) ได้จำนวน ๕ หมู่บ้านเป้าหมาย และมีประชากรทั้งหมด จำนวน ๒,๗๓๓ คน

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Linear Structural Relationship Model: LISREL Model) จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยอาศัยแนวคิดของ Hair และคณะ^๔

^๓ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, “รายงานหมู่บ้านเป้าหมายตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครสวรรค์”, (อัตสำเนา).

^๔ Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., **Multivariate data analysis: A global perspective**, 7th ed., (New Jersey: Pearson Education Inc, 2010), pp. 100-102.

ที่ได้เสนอเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ในการวิเคราะห์โมเดลลิสเรล (LISREL Model) โดยพิจารณาจากขนาดของโมเดล ซึ่งโดยทั่วไปมักใช้ผู้ตอบจำนวน ๕-๒๐ คน ต่อค่าพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า ๑ ตัว ทั้งนี้ในโมเดลการวิจัยมีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า จำนวน ๔๗ ค่า ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวนระหว่าง ๒๒๕-๙๐๐ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน ๕๐๐ ฉบับ ซึ่งถือว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลลิสเรล (LISREL Model)

๑) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านชั้บตะเคียน	จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
๒) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านบางมะฝ่อ	จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
๓) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านหาดเสลา	จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
๔) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านหนองโพใต้	จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
๕) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านจันเสน	จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง

ตารางที่ ๓.๑ หมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเภท	หมู่บ้าน	ตำบล	อำเภอ	หมายเหตุ
ธรรมชาติ	เขาหน่อ	บ้านแดน	บรรพตพิสัย	
	ไตรคีรี	พุนกยูง	ตากฟ้า	
	ชั้บตะเคียน/ทุ่งปอเทือง	สุขสำราญ	ตากฟ้า	
	น้ำวัง	ลำพยนต์	ตากฟ้า	
	ใหม่แม่เรวา	แม่เลย์	แม่่วงก์	
	ปางสัก	แม่เป็น	แม่เป็น	
	เขากัจจันหนึ่ง	ชุมตาบง	ปางสวรรค์	
	ทุ่งแฝก	ปางสวรรค์	ปางสวรรค์	
	เขาหินกลิ้ง	วังน้ำลัด	ไพศาลี	
	เนินขี้เหล็ก	หนองกลับ	หนองบัว	
วัฒนธรรม	วังหวนก/ไททรงดำ	บ้านแก่ง	เมือง	
	บางมะฝ่อ	บางมะฝ่อ	โกรกพระ	
	เนินสำราญ	วังมหาร	ท่าตะโก	

ตารางที่ ๓.๑ หมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามทรัพยากรการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเภท	หมู่บ้าน	ตำบล	อำเภอ	หมายเหตุ
วัฒนธรรม	หนองกระดุกเนื้อ	หนองนมวัว	ลาดยาว	
	หาดเสลา	เขาดิน	แก้งเลี้ยว	
	เขาดิน	เขาดิน	แก้งเลี้ยว	
วิถีชีวิต	ท่าเตียนสามัคคี	ท่าไม้	ชุมแสง	
	ปากคลอง	เกยไชย	ชุมแสง	
	หัวดงเหนือ	หัวดง	แก้งเลี้ยว	
	หนองไผ่	เขาชนกัน	แม่วงก์	
	ธารมะยม	วังชาน	แม่วงก์	
	คลองห้วยห้วย	แม่เป็น	แม่เป็น	
วิถีชีวิต	พนาสวรรค์	แม่เป็น	แม่เป็น	
	พุ่มวง	อุดมธัญญา	ตากฟ้า	
	เขาน้อย	ท่าตะโก	ท่าตะโก	
	ใหม่หนองหลวง	หนองหลวง	ท่าตะโก	
	หัวถนนกลาง	หัวถนน	ท่าตะโก	
ศาสนา	หนองตางู	หนองตางู	บรรพตพิสัย	
	ตากฟ้า	ตากฟ้า	ตากฟ้า	
	คลองป่วงสามัคคี	ปางสวรรค์	ชุมตาบง	
	หนองโพใต้	หนองโพ	ตากลี	
โบราณสถาน	ดงแม่นางเมือง	ตาสัง	บรรพตพิสัย	
	จันเสน	จันเสน	ตากลี	
	หนองไผ่	ลำโรงชัย	ไพศาลี	
	ไร่ประชาสรรค์	โพธิ์ประสาท	ไพศาลี	
	ชุมชนวัดพระปรารักษ์เหลือง	ท่าน้ำอ้อย	พยุหะคีรี	

๓.๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญ

๑) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้วิจัยกำหนดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและตัวแทนชุมชน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ รวมถึงการเสนอแนะข้อคิดเห็นในประเด็นที่มีข้อขัดแย้ง หรือเห็นควรเพิ่มเติมให้ชุดความรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตัวแปรศึกษา คือ ชุดความรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๗ รูป/คน จำแนกเป็น ๖ ด้าน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดังนี้

๑.๑) ด้านองค์กรภาครัฐท้องถิ่น หรือภาคีเครือข่าย เป็นผู้แทนจากองค์กรท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายในพื้นที่กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกไว้ใน ๕ หมู่บ้าน ใน ๕ อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอชุมแสง อำเภอตากาลี อำเภอตากฟ้า และอำเภอบรรพตพิสัย จำนวน ๔ คน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้อย่างเพียงพอ มีประสบการณ์ในเชิงการจัดการท่องเที่ยว (Intensity) ในพื้นที่เป้าหมาย และเกิดการกระจายให้ครอบคลุมในพื้นที่ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

๑.๑.๑) ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด ผู้ช่วยนิติกร องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ และเป็นผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน (อ.ช.)

๑.๑.๒) นายรัฐพล ฐระพันธ์ นายอำเภอเก้าเลี้ยว/อดีต นายอำเภอชุมแสง ผู้ขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวของบ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง

๑.๑.๓) นายณรงค์ ภักดีสุข นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากาลี

๑.๑.๔) นายบุญธรรม แก้วเกต ปลัดองค์กรบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย

๑.๒) ด้านผู้นำชุมชน หรือปราชญ์ท้องถิ่น จำนวน ๕ คน เป็นกลุ่มคนที่อยู่ท้องถิ่นเป้าหมายทุกชุมชนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ เป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลในเชิงพื้นที่อย่างลึกซึ้ง โดยผ่านการรับรู้ และเข้าใจในบริบทชุมชนเป็นอย่างดี

- ๑.๒.๑) นายเฉลิม ทองแพง ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๒ บ้านวัง
หยวก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอ
เมืองนครสวรรค์
- ๑.๒.๒) นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่า
เตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้
อำเภอชุมแสง
เป็นผู้ประกอบการ และผู้นำ
ท้องถิ่นที่ขับเคลื่อน
ด้านการจัดการท่องเที่ยว
- ๑.๒.๓) นางสาวนงเยาว์ เหงาโจ๊ก ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑ บ้านหนองโพ
ใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากถ้ำ
- ๑.๒.๔) ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอ
ตากฟ้า
- ๑.๒.๕) นายณรงค์ พันธุ์เขียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๐ บ้านดงแม่
นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอ
บรรพตพิสัย

๑.๓) นักวิชาการท้องถิ่น จำนวน ๔ คน เป็นหน่วยงานที่สนับสนุน และให้ความ
ช่วยเหลือด้านการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงประสานงานการกำหนดแนวทาง ข้อตกลงจากภาครัฐกับ
ชุมชนโดยตรง

- ๑.๓.๑) นางสาวภาวี พงษ์จตุรา นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญ
การ สำนักงานพัฒนาชุมชน
อำเภอเมืองนครสวรรค์
- ๑.๓.๒) นางสาวกัลยา โตประเสริฐ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญ
การ สำนักงานพัฒนาชุมชน
อำเภอตากฟ้า
- ๑.๓.๓) นางชนันษา เกิดปาน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญ
การ สำนักงานพัฒนาชุมชน
อำเภอชุมแสง

๑.๓.๔) นางสาวพัชรี จันทร์โชติ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
 สำนักงานพัฒนาชุมชน
 อำเภอดาคลี

๑.๔) ด้านภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๕ คน เป็นกลุ่มภาคีเครือข่ายในท้องถิ่นที่มีการจัดให้บริการ สนับสนุนการจัดการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเป็นรูปธรรม และยั่งยืนทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๑.๔.๑) นายยอด จินศิริวานิชย์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวัฒน์
 ไปโอ เทรด จำกัด ภาคี
 เครือข่าย ภาคเอกชนที่ให้การ
 สนับสนุนการท่องเที่ยวหมู่ ๑๑
 บ้านซับตะเคียน ตำบลสุข
 สำราญ อำเภอดากฟ้า

๑.๔.๒) นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ
 บ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง
 อำเภอเมืองนครสวรรค์

๑.๔.๓) นายธนโชติ จันทร์ดวง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
 สำนักงานพัฒนาชุมชน
 อำเภอหนองบัว ผู้ทำหน้าที่
 มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔
 บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่า
 ไม้ อำเภอชุมแสง

๑.๔.๔) นายปิ่นนัทต์ ศรีเทียนชัย ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชน
 ท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์

๑.๔.๕) นายสรสิทธิ์ อินทร สมาชิกสมาคมรักษ์ดั้งแม่ปาง
 เมือง ตำบลตาสัง อำเภอ
 บรรพตพิสัย

๑.๕) ประชาชน และชุมชน จำนวน ๔ รูป/คน เป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียจากการจัดการท่องเที่ยวโดยตรง และเป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นของพื้นที่ที่ผู้วิจัยกำหนดในการศึกษาวิจัย

- ๑.๕.๑) นายจنگล บุญญา ประชาชนบ้านซับตะเคียน
ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
- ๑.๕.๒) นางระพิน สิงห์ล่อ ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่
๒ บ้านวังหยวก ตำบลบ้าน
แก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์
- ๑.๕.๓) นางบุญสม ภิรมย์ราช ผู้ประกอบการ และผู้สาคิตการ
ปกตลของหมู่ ๑๔ บ้านท่า
เตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้
อำเภอชุมแสง
- ๑.๕.๔) พระครูนิวิฐาจารย์วัฒน์ เจ้าคณะตำบลตาขีด เจ้าอาวาส
วัดสังขวิจิตร ตำบลตาสัง
อำเภอบรรพตพิสัย ผู้ขับเคลื่อน
ด้านการท่องเที่ยวของหมู่ ๑๐
บ้านดงแม่นางเมือง

๑.๖) นักท่องเที่ยว จำนวน ๕ คน เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการ
ท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ผู้วิจัยกำหนดในการศึกษาวิจัย

- ๑.๖.๑) นางสาวโณมตรู จันโอภา นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่
๑๑ บ้านซับตะเคียน ตำบลสุข
สำราญ อำเภอตากฟ้า
- ๑.๖.๒) นางสาวนาฏนวรรษ์ ปาณะวิษญ์นันท์ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี
ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
- ๑.๖.๓) นางสาวสรณญา อยู่กรุง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่
๒ บ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง
อำเภอเมืองนครสวรรค์
- ๑.๖.๔) นายสมโภช วัฒนะ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่
๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนอง
โพ อำเภอตากถี

๑.๖.๕) นายจำรูญ บุญชั้น

นักท่องเที่ยงที่มาท่องเที่ยวหมู่
๑๐ บ้านดงแม่นางเมือง ตำบล
ตาสง อำเภอบรรพตพิสัย

๒) ผู้เชี่ยวชาญ (Experts)

ผู้วิจัยกำหนดการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ประชาชนชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานร่วมกัน และการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์อย่างรอบด้านด้วยความละเอียดลึกซึ้ง จำนวน ๘ รูป/คน ประกอบด้วย

๑) พระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตนครสวรรค์
นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา
เป็นพระสงฆ์ที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา ในจังหวัด
นครสวรรค์ เป็นนักวิชาการที่มีตำแหน่งทาง
วิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ เป็นผู้บริหารที่
มีความเชี่ยวชาญและมีเปรียญธรรม ๗ ประโยค

๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง

รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ้ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎี
มีตำแหน่งทางวิชาการทางรัฐประศาสนศาสตร์
มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กรขนาดใหญ่

๓) นางสาวทรงศรี อีสสรมาลา นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์
เป็นผู้ที่มีบทบาทด้านการขับเคลื่อนกิจกรรมของ
ชุมชนท่องเที่ยว ในจังหวัดนครสวรรค์

- ๔) รศ.ดร.สุชาติ แสงทอง อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ นักวิชาการ/นักวิจัยทางด้านวัฒนธรรม อดีตผู้อำนวยการสำนักงานศิลปวัฒนธรรม และนักวิจัยดีเด่น
- ๕) นายพิทักษ์ ตั้งแต่ง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์
- ๖) นายชัยรัตน์ พิภู่ ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครสวรรค์ ผู้แทนภาครัฐที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในด้านการตลาดและมีส่วนร่วมในสนับสนุนการท่องเที่ยวท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์
- ๗) นางสุภาพร แดงนารา นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและร้านอาหารจังหวัดนครสวรรค์ ผู้นำภาคเอกชนที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนภาคธุรกิจและมีส่วนร่วมในสนับสนุนการท่องเที่ยวในฐานะของผู้ประกอบการ
- ๘) นายอาทิตย์ นิมา นักถ่ายภาพพัฒนาเมืองนครสวรรค์ ช่างภาพมืออาชีพ และผู้ขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ (บ้านหาดเสลา, ตลาดเจ้าคะ และตลาดหนุ่มสาว วัชรนาถบรรพต พระอารามหลวง)

๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทั้งหมด ๓ ประเภท ประกอบด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นเชิงสำรวจ (Questionnaire) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และแบบสัมภาษณ์ (Interviews Form) และแบบประเมินผลสำหรับการสนทนากลุ่ม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

๓.๔.๑ แบบสอบถามความคิดเห็นเชิงสำรวจ (Questionnaire)

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเชิงสำรวจ (Questionnaire) เพื่อ

๑) ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑.๑) ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร รายงานวิจัย รายงานการประชุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย เพื่อกำหนดนิยามตัวแปรที่ใช้ศึกษาตามกรอบแนวคิดของการวิจัยซึ่งได้นิยามตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดดังนี้

๑.๒) ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

๑.๓) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของข้อคำถาม ความเหมาะสมของปริมาณคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม แล้วจึงนำไปปรับปรุงแก้ไข โดยชุดคำถามนี้ไม่รวมข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๓.๒ โครงสร้าง และน้ำหนักข้อคำถามของแบบสอบถาม

ตอนที่	ตัวแปร	น้ำหนัก (%)	จำนวนข้อคำถามที่สร้าง
๒	การมีส่วนร่วม	๒๑.๗๔	๒๐
๓	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	๒๑.๗๔	๒๐
๔	การตลาด	๑๓.๐๔	๑๒
๕	การบริหารจัดการ	๒๑.๗๔	๒๐
๖	การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	๒๑.๗๔	๒๐
	รวม	๑๐๐.๐๐	๙๒

๑.๔) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น พร้อมทั้งนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรในการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

๑.๕) นำเครื่องมือที่ได้จากการไปทดลองแจก (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๐ ชุด มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

๑.๖) จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง และนำไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

๑.๗) รวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่เป็นเชิงสถิติ และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อนำมาสู่กระบวนการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Form)

๒) ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเชิงสำรวจ (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบวิจัย โดยการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น ๗ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน ๖ ข้อ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๒๐ ข้อ

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๒๐ ข้อ

ตอนที่ ๔ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๑๒ ข้อ

ตอนที่ ๕ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๒๐ ข้อ

ตอนที่ ๖ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๒๐ ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ ๒-๕ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)^๔ คำตอบมี ๕ ระดับ ดังนี้

^๔ Likert, Rensis, *The Method of Constructing and Attitude Scale*, Reading in Attitude Theory and Measurement, (New York: Wiley & Son, 1970), pp. 90-95.

- ๕ หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- ๔ หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ๓ หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ๒ หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ๑ หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ ๗ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ซึ่งจะเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน ๑ ข้อ

๓) การตรวจสอบและหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนโดยได้นำแบบสอบถามหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

๓.๑) ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ออกแบบไว้

๓.๒) หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาคุณวุฒิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม จำนวน ๕ รูป/คน ประกอบด้วย

๓.๒.๑) พระสุธีรัตนบัณฑิต, รองศาสตราจารย์ ดร.

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา และงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว

๓.๒.๒) รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธ์สรศักดิ์ สุทธิไชยเมธี

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการใช้โปรแกรม Lisrell

๓.๒.๓) รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา น้อยจันทร์

คณบดีคณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย

๓.๒.๔) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง

รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ้ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์
และการบริหารจัดการ

๓.๒.๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร

นักวิจัย/อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์
จากมหาวิทยาลัยภายนอก

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยก่อนนำไปใช้ เพื่อพิจารณาทั้งใน
ด้านเนื้อหาสาระ และโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
โดยการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามแต่ละข้อและ
วัตถุประสงค์ (IOC : The Index of Item Objective Congruence) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้
คะแนน ดังนี้

- +๑ หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๐ หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๑ หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย

เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ ซึ่งเครื่องมือ
การวิจัยฉบับนี้ได้ค่า IOC ๐.๘-๑ ทุกข้อ ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์^๖ ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือก
ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า ๐.๘ จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง ๕ รูป/คน มาเป็นข้อคำถาม ซึ่งได้ตรวจสอบ
แบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหาครอบคลุมใน
แต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๓.๓) หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุง
แก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๐ ชุด เพื่อหาค่าความ
เชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (α : Cronbach's Alpha

^๖ Ronna CT, Laurie C., "Indexes of item-objective congruence for multidimensional items", *Int J Test*, 3(2) (2003): 163-171.

Coefficient)^๗ โดยเครื่องมือการวิจัยได้ค่าของแบบสอบถาม ๐.๙๘๑ ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

๓.๔) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์หรือไม่ ถ้าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ในเมทริกซ์ใด ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อย แสดงว่าเมทริกซ์นั้นไม่มีองค์ประกอบร่วมกัน และไม่จำเป็นในการนำเมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ไปวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ

ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity เพื่อทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยมีสมมติฐานของการทดสอบ ดังนี้

H_0 : Correlation Matrix เป็น Identity Matrix (เมทริกซ์ที่มีค่าในแนวทแยงเป็น ๑ ค่านอกแนวทแยงเป็น 0) หรือตัวแปรต่าง ๆ ไม่สัมพันธ์กัน

H_1 : Correlation Matrix ไม่เป็น Identity Matrix หรือตัวแปรต่าง ๆ สัมพันธ์กัน

ถ้าค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญ แสดงว่า ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ค่าดัชนีไกเซอร์-เมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = KMO) ซึ่งค่า KMO ควรมีค่าระหว่าง ๐ ถึง ๑ ค่าจะเท่ากับ ๐ เมื่อตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่น โดยปราศจากความคาดเคลื่อน ส่วนค่าในช่วงอื่น ๆ แปลความหมาย ดังนี้

.๘๐ ขึ้นไป	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก
.๗๐ - .๗๙	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี
.๖๐ - .๖๙	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง
.๕๐ - .๕๙	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย

^๗ Cochran, W. G., **Sampling Techniques**, Third Edition, (New York: John Wiley & Sons, Inc, 1977), p. 200.

น้อยกว่า .๕๐ ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบไม่เหมาะสมและไม่สามารถยอมรับได้^๔

ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลแบบมีตัวแปรส่งผ่านด้วยโปรแกรม Lisrell จำเป็นต้องมีการเตรียมเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบ และในการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้การแปลความหมายของขนาดความสัมพันธ์^๕ ดังนี้

ขนาดความสัมพันธ์	ความหมาย
๐.๐ – ๐.๓	มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก
๐.๓ – ๐.๕	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
๐.๕ – ๐.๗	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
๐.๗ – ๐.๙	มีความสัมพันธ์กันสูง
๐.๙ – ๑.๐	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

เมื่อได้เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละองค์ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นการตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ด้วยโปรแกรม Lisrell^{๖๐} โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๑๒๐ คน แสดงผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

๓.๔.๑) ความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบการมีส่วนร่วม (PART)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

^๔ Hair, J. F., and Other, *Multivariate Data Analysis*, (6th ed.), (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 2006), pp. 114-115.

^๕ Hinkle, Wiersma, & Jurs, *Applied Statistics for the Behavioral Sciences*, (5th ed.), (Boston: Houghton Mifflin, 2003), p. 109.

^{๖๐} Jöreskog, K.G. & Sörbom, *LISREL 8.7 for Windows*, (Lincolnwood, IL: Scientific Software International, Inc., 2004), p. 145.

ตารางที่ ๓.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการมีส่วนร่วม

ตัวแปร	PART1	PART2	PART3	PART4
PART1	๑.๐๐๐			
PART2	๐.๖๘๓**	๑.๐๐๐		
PART3	๐.๘๓๑**	๐.๖๗๐**	๑.๐๐๐	
PART4	๐.๗๐๐**	๐.๔๔๕**	๐.๘๔๐**	๑.๐๐๐
MEAN	๓.๕๕๘	๓.๔๙๒	๓.๓๗๓	๓.๕๕๒
SD	๐.๘๙๔	๐.๘๔๔	๐.๙๓๗	๑.๐๑๘

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๗๔๘

Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๖๖๓, df = ๑, p = .๐๐๐

หมายเหตุ: **p < .๐๑ ; n = ๑๒๐ ; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

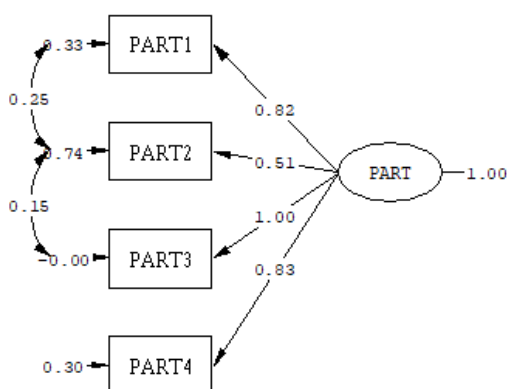
ตัวแปรในองค์ประกอบการมีส่วนร่วม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ ๐.๖๘๓ ถึง ๐.๘๔๐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกตั้งแต่ขนาดปานกลางถึงขนาดสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุด คือ การร่วมวางแผน (PART3) และการร่วมคิด (PART4) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) และการร่วมคิด (PART4) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๖๖๓ (p = .๐๐๐) มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ (Identity Matrix) ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๗๔๘ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ ๓.๔ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการมีส่วนร่วม

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	ส.ป.ส.คะแนน องค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
PART1	๐.๘๒	๐.๘๙		๐.๖๗	๐.๑๑
PART2	๐.๕๑	๐.๕๓(๐.๐๙)	๖.๒๘**	๐.๒๖	-๐.๐๓
PART3	๑.๐๐	๑.๑๕(๐.๐๖)	๑๘.๑๗**	๑.๐๐	๐.๑๖
PART4	๐.๘๓	๑.๐๕(๐.๐๘)	๐.๐๘	๐.๗๐	-๐.๑๑

$\chi^2 = ๐.๒๔$ $df = ๑$ $p = .๖๒$ $GFI = ๐.๙๙$ $AGFI = ๐.๙๙$ $RMR = .๐๓$

หมายเหตุ : **p < .๐๑



Chi-Square=0.24, df=1, P-value=0.62608, RMSEA=0.000

ภาพที่ ๓.๓ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการมีส่วนร่วม

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการมีส่วนร่วม (PART) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square: χ^2) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า ๐.๐๕ ($p = .๖๒$) และค่าไคสแควร์สัมพันธ์ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า ๒ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ

๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๙ และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๙ และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual: RMR) มีค่าเท่ากับ ๐.๐๓

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ ๐.๗๖ ถึง ๐.๙๕ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ยกเว้นตัวแปรการร่วมคิด (PART4) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การร่วมวางแผน (PART3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๑.๐๐ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบที่มีส่วนร่วม เท่ากับ ๑.๐๐ รองลงมา คือ การร่วมคิด (PART4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๘๓ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบที่มีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๗๐ และค่าน้ำหนักน้อยที่สุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๕๑ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบที่มีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๒๖ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบที่มีส่วนร่วม

๓.๔.๒) ความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

ตารางที่ ๓.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ตัวแปร	TOUR1	TOUR2	TOUR3	TOUR4
TOUR1	๑.๐๐๐			
TOUR2	๐.๘๔๔**	๑.๐๐๐		
TOUR3	๐.๖๙๒**	๐.๘๖๒**	๑.๐๐๐	
TOUR4	๐.๘๒๐**	๐.๙๑๒**	๐.๙๑๘**	๑.๐๐๐
MEAN	๓.๕๒๒	๓.๖๖๗	๓.๗๐๐	๓.๖๒๕
SD	๐.๗๙๕	๐.๗๔๔	๐.๖๙๘	๐.๗๗๘

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๗๔๘

Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๖๖๓, df = ๖, p = .๐๐๐

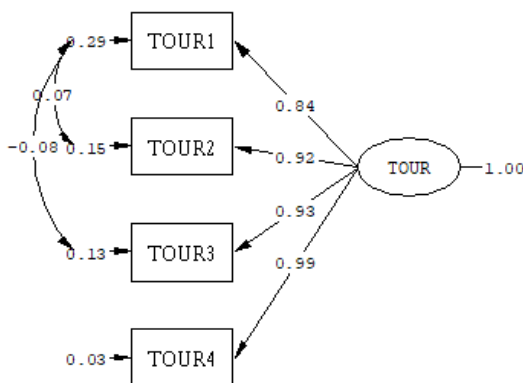
หมายเหตุ: **p < .๐๑ ; n = ๑๒๐ ; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

ตัวแปรในองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ ๐.๖๙๒ ถึง ๐.๙๑๘ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกตั้งแต่ขนาดปานกลางถึงขนาดสูงมาก ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) และสิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๖๖๓ ($p = .๐๐๐$) มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ (Identity Matrix) ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๗๔๘ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี

ตารางที่ ๓.๖ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส. คะแนนองค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
TOUR1	๐.๘๔	๐.๘๙		๐.๗๑	๐.๐๙
TOUR2	๐.๙๒	๐.๘๙		๐.๘๖	๐.๐๘
TOUR3	๐.๙๓	๐.๘๔(๐.๐๔)	๑๘.๘๙**	๐.๘๗	๐.๒๑
TOUR4	๐.๙๙	๑.๐๐(๐.๐๔)	๒๓.๓๖**	๐.๙๗	๐.๖๕
$\chi^2 = ๐.๔๕$	df = ๑	p = .๕๐	GFI = ๑.๐๐	AGFI = ๐.๙๘	RMR = .๐๑

หมายเหตุ : **p < .๐๑



Chi-Square=0.45, df=1, P-value=0.50192, RMSEA=0.000

ภาพที่ ๓.๔ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดทรัพยากรการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square: χ^2) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า ๐.๐๕ ($p = .๕๐$) และค่าไคสแควร์สัมพันธ์ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า ๒ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ

๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ ๑.๐๐ และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๘ และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual: RMR) มีค่าเท่ากับ ๐.๐๑

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ ๐.๘๔ ถึง ๐.๙๙ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ พื้นที่ (TOUR4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๑.๐๐ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบ การมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๙๗ รองลงมา คือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๙๓ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบ การมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๘๗ และค่าน้ำหนักน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๘๔ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบ การมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๗๑ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

๓.๔.๓) ความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบการตลาด (MARK)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

ตารางที่ ๓.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการตลาด

ตัวแปร	MARK1	MARK2	MARK3
MARK1	๑.๐๐๐		
MARK2	๐.๗๙๑**	๑.๐๐๐	
MARK3	๐.๘๖๑**	๐.๗๔๓**	๑.๐๐๐
MEAN	๓.๓๓๐๘	๓.๕๑๐	๓.๒๗๓
SD	๐.๘๑๑	๐.๗๑๖	๐.๘๕๙

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๗๓๘

Bartlett's Test of Sphericity = ๒๗๘.๔๘๐, df = ๓, p = .๐๐๐

หมายเหตุ: **p < .๐๑ ; n = ๑๒๐ ; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

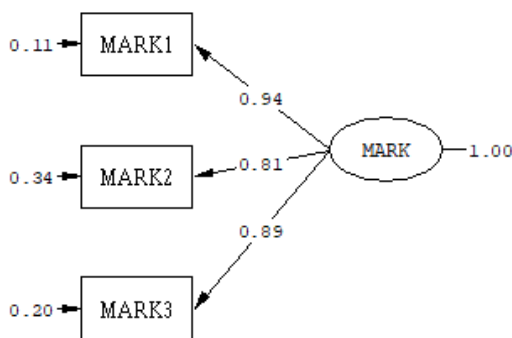
ตัวแปรในองค์ประกอบการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ ๐.๗๔๓ ถึง ๐.๘๖๑ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกขนาดสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) และการประชาสัมพันธ์ (MARK3) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ เครือข่าย (MARK2) และการประชาสัมพันธ์ (MARK3) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity = ๒๗๘.๔๘๐ (p = .๐๐๐) มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ (Identity Matrix) ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๗๓๘ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ ๓.๘ ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการตลาด

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
MARK1	๐.๙๔	๐.๘๙		๐.๙๐	๐.๖๑
MARK2	๐.๘๑	๐.๗๐(๐.๐๖)	๑๒.๖๔**	๐.๖๖	๐.๑๙
MARK3	๐.๘๙	๐.๙๑(๐.๐๖)	๑๕.๓๗**	๐.๗๘	๐.๒๙

$\chi^2 = ๑.๕๕$ $df = ๑$ $p = .๒๑$ $GFI = ๐.๙๙$ $AGFI = ๐.๙๕$ $RMR = .๐๖$

หมายเหตุ : **p < .๐๑



Chi-Square=1.55, df=1, P-value=0.21323, RMSEA=0.068

ภาพที่ ๓.๕ ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการตลาด

ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบ การมีส่วนร่วม (PART) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square: χ^2) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า ๐.๐๕ ($p = .๒๑$) และค่าไคสแควร์สัมพันธ์ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า ๒ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีความนัยสำคัญ

๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๙ และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๕

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ ๐.๗๐ ถึง ๐.๙๑ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๙๔ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย กับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๙๐ รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ (MARK3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๘๙ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๗๘ และค่าน้ำหนักน้อยที่สุด คือ เครือข่าย (MARK2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๘๑ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๖๖ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบการตลาด

๓.๔.๔) ความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบการบริหารจัดการ (MANA)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

ตารางที่ ๓.๙ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรใน องค์ประกอบการบริหารจัดการ

ตัวแปร	MANA1	MANA2	MANA3	MANA4
MANA1	๑.๐๐๐			
MANA2	๐.๘๑๘**	๑.๐๐๐		
MANA3	๐.๗๓๔**	๐.๙๑๐**	๑.๐๐๐	
MANA4	๐.๗๑๑**	๐.๘๔๕**	๐.๘๖๙**	๑.๐๐๐
MEAN	๓.๕๑๘	๓.๗๗๕	๓.๖๘๕	๓.๗๔๐
SD	๐.๗๕๓	๐.๗๓๙	๐.๘๑๙	๐.๘๕๗

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๘๑๐

Bartlett's Test of Sphericity = ๕๑๐.๑๑๒, df = ๖, p = .๐๐๐

หมายเหตุ: **p < .๐๑ ; n = ๑๒๐ ; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

ตัวแปรในองค์ประกอบการบริหารจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ ๐.๗๑๑ ถึง ๐.๙๑๐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกตั้งแต่ขนาดสูงถึงขนาดสูงมาก ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุด คือ

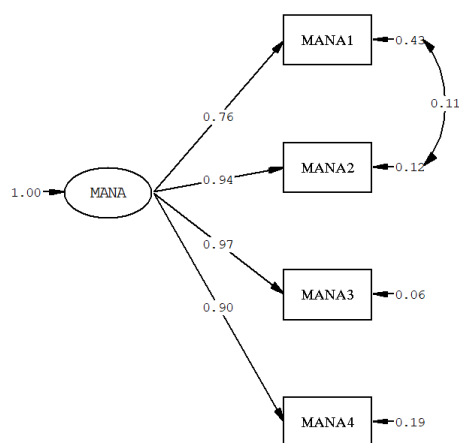
การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่องานที่ทำ (MANA2) และการมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity = ๕๑๐.๑๑๒ (p = .๐๐๐) มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ (Identity Matrix) ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๘๑๐ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก

ตารางที่ ๓.๑๐ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการบริหารจัดการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
MANA1	๐.๗๖	๐.๙๙		๐.๕๗	-๐.๐๑
MANA2	๐.๙๔	๑.๒๑(๐.๐๙)	๑๔.๐๐**	๐.๘๘	๐.๒๔
MANA3	๐.๙๗	๑.๓๘(๐.๑๒)	๑๑.๕๗**	๐.๙๔	๐.๓๙
MANA4	๐.๙๐	๑.๓๔(๐.๑๒)	๑๐.๖๙**	๐.๘๑	๐.๑๑

$\chi^2 = ๐.๒๔$ df = ๑ p = .๖๒ GFI = ๐.๙๙ AGFI = ๐.๙๙ RMR = .๐๓

หมายเหตุ : **p < .๐๑



Chi-Square=2.17, df=1, P-value=0.14080, RMSEA=0.099

ภาพที่ ๓.๖ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการบริหารจัดการ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบ การบริหารจัดการ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา จากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความ เหมาะสม และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square: χ^2) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่า ๐.๐๕ ($p = .๑๔$)

๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๙ และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑ และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual: RMR) มีค่าเท่ากับ ๐.๐๑

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ ๐.๗๖ ถึง ๐.๙๗ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๙๗ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๙๔ รองลงมา คือ การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มเตื่องานที่ทำ (MANA2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๙๔ มีค่าสัมประสิทธิ์ การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๘๘ และค่าน้ำหนักน้อยที่สุด คือ การเชื่อมั่นต่อ สิ่งที่ทำ (MANA1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๗๖ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับ องค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๕๗ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่สำคัญของ องค์ประกอบการบริหารจัดการ

๓.๔.๕) ความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน พบว่า

ตารางที่ ๓.๑๑ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	CREA1	CREA2	CREA3	CREA4
CREA1	๑.๐๐๐			
CREA2	๐.๘๑๘**	๑.๐๐๐		
CREA3	๐.๕๕๖**	๐.๖๘๑**	๑.๐๐๐	
CREA4	๐.๕๐๔**	๐.๖๕๑**	๐.๘๗๑**	๑.๐๐๐
MEAN	๓.๖๗๒	๓.๙๓๕	๔.๐๐๕	๓.๘๗๗
SD	๐.๘๒๓	๐.๗๓๘	๐.๗๐๑	๐.๖๙๓

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๗๐๗

Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๕๐๙, df = ๖, p = .๐๐๐

หมายเหตุ: **p < .๐๑ ; n = ๑๒๐ ; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

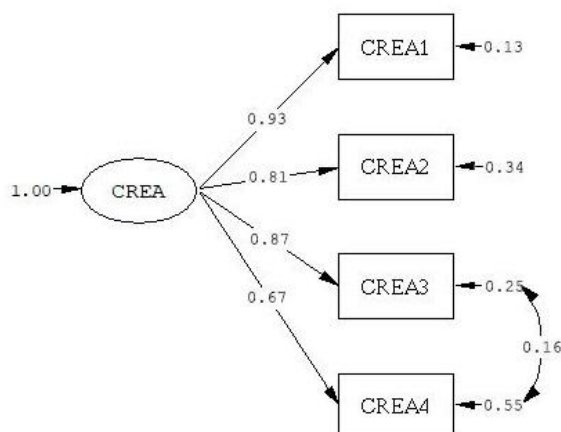
ตัวแปรในองค์ประกอบการมีส่วนร่วม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ ๐.๕๐๔ ถึง ๐.๘๗๑ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกตั้งแต่ขนาดปานกลางถึงขนาดสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุด คือ การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) และการเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ) (CREA4) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) และการเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ) (CREA4) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity = ๓๗๒.๕๐๙ (p = .๐๐๐) มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ (Identity Matrix) ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๗๐๗ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ ๓.๑๒ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
CREA1	๐.๙๓	๐.๙๙		๐.๘๗	-๐.๐๓
CREA2	๐.๘๑	๑.๑๐(๐.๐๘)	๑๔.๐๐**	๐.๖๖	๑.๐๓
CREA3	๐.๘๗	๐.๙๔(๐.๐๗)	๑๒.๗๕**	๐.๗๕	-๐.๐๗
CREA4	๐.๖๗	๐.๘๖(๐.๐๘)	๑๑.๓๒**	๐.๔๕	-๐.๐๒

$\chi^2 = ๒.๑๗$ $df = ๑$ $p = .๑๔$ $GFI = ๐.๙๙$ $AGFI = ๐.๙๑$ $RMR = .๐๑$

หมายเหตุ : **p < .๐๑



Chi-Square=3.15, df=1, P-value=0.07615, RMSEA=0.134

ภาพที่ ๓.๗ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square: χ^2) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า ๐.๐๕ ($p = .๑๔$)

๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๙ และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑ และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual: RMR) มีค่าเท่ากับ ๐.๐๑

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ ๐.๖๗ ถึง ๐.๙๓ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๙๓ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๑๓ รองลงมา คือ การชื่นชม และ เข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๘๗ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๒๕ และค่าน้ำหนักน้อยที่สุด คือ การเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ) (CREA4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ ๐.๖๗ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายกับองค์ประกอบการมีส่วนร่วม เท่ากับ ๐.๕๕

๓.๕) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาคุณนิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้แจกกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยต่อไป

๓.๔.๒ แบบสัมภาษณ์ (Interviews Form)

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interviews Form) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ระยะที่ ๑ โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑) ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดที่จะนำไปใช้สัมภาษณ์สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑.๑) นำผลจากการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาเป็นกรอบในการตั้งคำถามเพื่อนำไปสู่การสัมภาษณ์ การกำหนดประเด็นและตัวแปรที่จะศึกษา และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์รวมทั้งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย

๑.๒) กำหนดโจทย์ หรือคำถามการวิจัย (Research Question) คือ คำถามที่ต้องการคำตอบจากการวิจัยหรือเป็นสิ่งที่ต้องตอบโจทย์ของวัตถุประสงค์ โดยพิจารณาจากปัจจัยและประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นและเกี่ยวเนื่องกันกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๑.๓) สร้างแบบสัมภาษณ์จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ ให้ละเอียด และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์นี้ที่เป็นตัวแปรศึกษาจากการวิจัยเชิงเอกสารให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

๒) ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสร้างแบบสัมภาษณ์ (Interviews Form) ตามกรอบปัจจัยที่กำหนด แบ่งออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ แบบสัมภาษณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยกำหนดการสร้างแบบสัมภาษณ์จากดัชนีของตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์

ตอนที่ ๓ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ซึ่งจะเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

๓) การตรวจสอบและหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ สามารถหาความตรงตามเนื้อหารายข้อ (item content validity index, I-CVI) และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity For Scale, S-CVI) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือ ดังนี้

๓.๑) ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาฯ ๓ ท่าน และผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ออกแบบไว้

๓.๒) หาความหาความตรงตามเนื้อหารายข้อ และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ โดยการนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วเสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาฯ ๓ ท่าน เพื่อขอความเห็นชอบ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญแล้วนำมาปรับปรุง แก้ไขให้เหมาะสม จำนวน ๕ รูป/คน ประกอบด้วย

- ๓.๒.๑) พระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา
- ๓.๒.๒) ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์
- ๓.๒.๓) รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุยะพรหม
รองอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป
ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการองค์กรขนาดใหญ่
- ๓.๒.๔) รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัยวรรณ ภูเทษ
อาจารย์สาขาวิชาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
นักวิชาการด้านการพัฒนาสังคม
- ๓.๒.๕) อาจารย์โอปอล์ รังสิมันตุชาติ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
นักวิชาการ และนักวิจัยด้านการท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยก่อนนำไปใช้ เพื่อพิจารณาทั้งในด้านเนื้อหาสาระ ความตรงตามเนื้อหาหัวข้อ (Item content validity index, I-CVI) และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ ตลอดจนภาษาที่ใช้โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณา มาตรฐานประเมินความสอดคล้องจะมี ๔ ระดับ คือ

- ๑ = ไม่สอดคล้อง
๒ = สอดคล้องบางส่วน
๓ = ค่อนข้างสอดคล้อง
๔ = มีความสอดคล้องมาก

เกณฑ์การแปลความหมายการหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา จะนำเฉพาะข้อที่ได้รับ การประเมิน ๓ หรือ ๔ เท่านั้น (ถือว่ามีความสอดคล้อง) มาคำนวณผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย ๓ คน ไม่ควรเกิน ๑๐ คน (เกินความจำเป็น)^{๑๑} ซึ่งค่าความตรงตามเนื้อหา (Item content validity index, I-CVI) มีค่า ๑ และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity For Scale, S-CVI) มีค่า ๑ แสดงว่าแบบสัมภาษณ์มีความตรงตามเนื้อหา

๓.๔.๓ แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Form)

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ในการยืนยันตัวแบบและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ระยะที่ ๒ โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑) ขั้นตอนการสร้างแบบสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม โดยใช้แบบประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑.๑) นำตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้), การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก), การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) และด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) ที่ได้จากการจากแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก มาพัฒนาเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำมาประกอบการวิจัยในการกำหนดประเด็นและตัวแปรที่จะศึกษา และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์รวมทั้งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย

๑.๒) ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินผลเพื่อยืนยันตัวแบบโดยการตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนา ต่อยอด

๑.๓) สร้างแบบประเมินผลและนำเข้าสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ ให้ละเอียด และเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

^{๑๑} Lynn, M. R. , “ Determination and Quantification of Content Validity” , *Nursing Research*, 36(6) (1986): 382-385.

๒) ลักษณะของแบบประเมินผล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสร้างแบบประเมินผล ตามกรอบตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่กำหนด แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น ๔ ตอน รวม ๒๙ ข้อ คำตอบมี ๕ ระดับ โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- | | |
|-----------|--|
| ๕ หมายถึง | มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์มากที่สุด |
| ๔ หมายถึง | มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์มาก |
| ๓ หมายถึง | มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์ปานกลาง |
| ๒ หมายถึง | มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์น้อย |
| ๑ หมายถึง | มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์น้อยที่สุด |

ตอนที่ ๑ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) จำนวน ๙ ข้อ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนา ต่อยอด

ตอนที่ ๒ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) จำนวน ๗ ข้อ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนา ต่อยอด

ตอนที่ ๓ การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) จำนวน ๗ ข้อ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนา ต่อยอด

ตอนที่ ๔ ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) จำนวน ๖ ข้อ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนา ต่อยอด

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๓.๕.๑ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

๑) ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน ๕๐๐ ฉบับ ซึ่งถือว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

- ๑.๑) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านวังหยวก จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
- ๑.๒) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านท่าเตียนสามัคคี จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
- ๑.๓) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านหนองโพใต้ จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
- ๑.๔) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านซับตะเคียน จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง
- ๑.๕) กลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนของบ้านดงแม่นางเมือง จำนวน ๑๐๐ ตัวอย่าง

เก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง แล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้อง ได้ข้อมูลทั้งหมดจำนวน ๕๐๐ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

๒) นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์และวิเคราะห์ข้อค้นพบเพื่อออกแบบข้อคำถามเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ (Interviews Form)

๓.๕.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การลงพื้นที่เพื่อไปเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต (Observation) โดยการไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เป็นการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) ผู้สังเกตจะต้องเฝ้ามองพฤติกรรมผู้ถูกสังเกตอยู่ห่าง ๆ โดยไม่เข้าไปร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยสังเกตจากแบบแผนการกระทำ สภาพสังคม ตลอดจนแนวคิด ทักษะคติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งนี้แล้วแต่การสังเกตซึ่งถ้าผู้ถูกสังเกตรู้ตัวก็จะทำให้ข้อมูลที่ได้บิดเบือนไป ผู้วิจัยไม่กำหนดเฉพาะเรื่องที่จะสังเกตอย่างเดียว แต่จะทำการสังเกตเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จึงไม่สามารถกำหนดรูปแบบที่แน่นอนได้โดยไม่ต้องทำให้ผู้ถูกสังเกตรู้สึก ระวังเพราะอาจทำให้พฤติกรรมผิดไปจากปกติได้

๓.๕.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ (Interviews Form)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ มีวิธีการเก็บข้อมูลหลายแบบให้เลือกตามความเหมาะสมของข้อมูลที่ต้องการ และตามลักษณะของประชากรเป้าหมายในการเก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๑) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สถิติ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการรวบรวมผลจากแบบสอบถามในขั้นแรกเมื่อเริ่มทำการวิจัย โดยศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการวิจัย ช่วยในการกำหนดประเด็นและตัวแปรที่จะศึกษา และจากการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์รวมทั้งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย

๒) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิเคราะห์ชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, เอกสารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์, เอกสารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลเกยไชย ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง, เอกสารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากลี, เอกสารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านซบตะเคียน ตำบลสุขสำราญ ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า และเอกสารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบรรพตพิสัย เพื่อประกอบการสัมภาษณ์และการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่

๓) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants Interview) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีข้อมูลในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาดีที่สุดหรือมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด โดยแบ่งเป็น ๖ ด้าน จำนวน ๒๗ รูป/คน ที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อวิเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๓.๕.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

๑) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์ที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินผล

๒) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อต่อยอดและพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๖.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ประมวลผลทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติ ดังนี้

๑) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาลักษณะและการแจกแจงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๔.๒๑ – ๕.๐๐	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๔๑ – ๔.๒๐	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๒.๖๑ – ๓.๔๐	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๘๑ – ๒.๖๐	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๐๐ – ๑.๘๐	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด ^{๑๒}

๒) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย แยกเป็น

๒.๑) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลเครื่องมือวัด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการหาค่า KMO (Kaiser-Mayer-Okin Measure of Sampling Adequacy) ค่า Bartlett's Test of Sphericity และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ตัวแปรสังเกตได้และนามธรรมิกซ์สหสัมพันธ์ไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบว่าองค์ประกอบของแบบวัดที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ หากผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลเครื่องมือวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงว่าโมเดลมีความตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งตัวแปรแฝงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลเชิงสาเหตุต่อไป

๒.๒) การวิเคราะห์สมการโครงสร้างโดยการวิเคราะห์อิทธิพล (Path Analysis)

๒.๒.๑) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistics: χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ หรืออีกนัยหนึ่งคือ โมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลต่อไปจนเมื่อค่าสถิติไคสแควร์มีค่าต่ำและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) ซึ่งควรมีค่าน้อยกว่า ๒^{๑๓} และค่า Chi-Square test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)^{๑๔}

๒.๒.๒) ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Index: GFI) และค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) จะ

^{๑๒} Rensis A. Likert, *New Patterns of Management*, (New York: McGraw-Hill Book Company Inc., 1961), pp. 166-169.

^{๑๓} Bollen, K.A., *Structural Equation with Latent Variables*, (New York: Wiley, 1989), p. 278.

^{๑๔} Diamantopoulos, A. & Siguaw, A.D., *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*, (London: Sage Publication, 2000), p. 83.

มีค่าอยู่ระหว่าง ๐ ถึง ๑ และถ้าค่า GFI และ AGFI ควรมีค่าสูงกว่า ๐.๙๐ และเข้าใกล้ ๑.๐๐ แสดงว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์^{๑๕}

๒.๒.๓) ดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standardized Root Mean Squared Residual: SRMR) แสดงขนาดของส่วนที่เหลือ และค่าเฉลี่ยของความคาดเคลื่อน (Root Mean Squared Residual: RMR) ควรมีค่าต่ำกว่าหรือเท่ากับ ๐.๐๕^{๑๖} จึงจะสรุปได้ว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

๒.๒.๔) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติที่ได้มาจากการพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความจริง และเมื่อเพิ่มพารามิเตอร์อิสระและค่าสถิติมีค่าลดลง เนื่องจากค่าสถิตินี้ขึ้นอยู่กับประชากรและชั้นของความอิสระ RMSEA ควรมีค่าต่ำกว่า ๐.๐๕ หรือไม่เกิน ๐.๐๘ ซึ่งแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องดีมากกว่าข้อมูลเชิงประจักษ์^{๑๗}

๒.๒.๕) Q-Plot มีความชันมากกว่าเส้นในแนวทแยง (Slope>๑.๐๐)^{๑๘}

๒.๓) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Question) วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบทนำเสนอเป็นความเรียงประกอบตาราง

๓.๖.๒ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาเก็บให้เป็นระบบ ระเบียบ ให้ความหมายกับข้อมูล จัดหมวดหมู่ ความหมายของข้อมูล วิเคราะห์และสรุปรวบรวมความหมาย ผู้วิจัยเลือกใช้ “การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)”^{๑๙} โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูล รวมถึงวิเคราะห์ สังเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎี

^{๑๕} Kaplan, D., *Structural Equation Model: foundation and extensions*, (Thousand Oake: Sage publications, 2000), p. 278.

^{๑๖} Diamantopoulos, A. & Siguaw, A.D., *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*, p. 88.

^{๑๗} Ibid., p. 85.

^{๑๘} Joreskog, Karl G. & Sorbom, *LISREL 8 Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*, (Chicago: Scientific Software International, 1996), pp. 110-111.

^{๑๙} Denzin, Norman K., and Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, (Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2000), p. 391.

ผลการวิจัย และนำข้อมูลทั้งหมดมาพิจารณาแล้ว แม้จะมาจากแหล่งที่แตกต่างกันทั้งเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อที่จะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนการนำไปวิเคราะห์ ซึ่งมี ๔ องค์ประกอบ

๑) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการพิจารณาตรวจสอบโดยการใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงเวลา ระยะเวลา สถานที่ และบุคคล

๒) การตรวจสอบสามเส้าด้านนักวิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการพิจารณาตรวจสอบโดยการใช้ผู้วิจัยที่ต่างกัน เพื่อได้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

๓) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการพิจารณาตรวจสอบโดยการใช้หลายมุมมองในการแปลความหมาย หากผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกัน

๔) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการใช้การเลือกใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

จากองค์ประกอบข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสามารถทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าได้ ๔ วิธี คือ

๑) การตรวจสอบความถูกต้องโดยเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่ง ได้แก่ ด้านองค์กรภาครัฐท้องถิ่นและภาคีเครือข่าย ด้านนักวิชาการ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ด้านผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น ด้านผู้ประกอบการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย และประชาชน เช่น ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา ผู้แทนสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ผู้แทนชุมชนหรือปราชญ์ท้องถิ่นบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือภาคีเครือข่ายบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า และประชาชนบ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากฟ้า เป็นต้น

๒) การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลาย ๆ วิธี ได้แก่ การทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในบริบทระหว่างที่นักวิจัยลงพื้นที่ศึกษา และการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ

๓) การตรวจสอบความถูกต้องจากแนวคิด ทฤษฎี โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ ทำให้มองปัญหาได้หลายมุมมอง เพื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนจากคณาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณีนิพนธ์ และคณะกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งแต่ละคนเป็นผู้เชี่ยวชาญที่จะช่วยตรวจสอบ และให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี ทั้งในเรื่องของแนวคิด ทฤษฎี และหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๔) การเปรียบเทียบจากความคิดเห็นของนักวิชาการ และนักวิจัยหลายคน ได้แก่ ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน ความคิดเห็นจากเอกสารที่นักวิจัยได้จัดทำจากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และผลการศึกษาวิจัย ความคิดเห็นจากคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณูญินพันธ์ยังเป็นการขยายมุมมอง อุดช่องว่างหรือจุดอ่อนในเรื่องอคติความลำเอียงที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานเพียงลำพังผู้วิจัยเพียงคนเดียว ทำให้เห็นความสอดคล้องกันหรือความขัดแย้งของความคิดเห็นของนักวิจัยแต่ละคนได้

๓.๖.๓ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

๑) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของแบบประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาลักษณะและการแจกแจงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

๒) การวิเคราะห์เนื้อหา และตีความจากการเสนอแนะเพื่อการพัฒนา และต่อยอด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะไม่ใช้สถิติช่วยในการวิเคราะห์ แต่จะใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ของการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มโดยวิธีการหลักที่ใช้มี ๒ วิธี คือ

๑) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร (Document Research) จากกรอบความคิดหรือทฤษฎีที่เพื่อการช่วยวิเคราะห์ข้อมูลได้ลึกซึ้งและสร้างข้อสรุปที่หนักแน่น

๒) การตีความ (Interpretation) ซึ่งได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ที่ได้จัดบันทึกไว้จากสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยจะนำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด ๒๗ รูป/คน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ๘ รูป/คน มาสรุปประเด็นเชิงเนื้อหาในภาพรวมโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามข้อคำถามในแต่ละตอนของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของเนื้อหาการวิจัย

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ด้วยการตั้งคำถามการวิจัยเชิงปริมาณ และการตอบคำถามวิจัย พร้อมตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น นำผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดล มาวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Method to Explain Quantitative Results) มาเสริมเติมเต็มให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิรวมถึงผู้แทนจากหน่วยงาน และภาคประชาสังคมจากนั้นนำมาสังเคราะห์เป็นตัวแบบจำลองเพื่อนำไปพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์โดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว จำนวน ๘ รูป/คน ทั้งนี้ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น ๕ ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๔.๑ การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

๔.๒ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

๔.๓ การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๔.๔ การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย

๔.๑ การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จากการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจากหมู่บ้านเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลาก (Lottery) ได้จำนวน ๕ หมู่บ้านเป้าหมาย ประกอบด้วย ๑) บ้านวังหอยวก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ ๒) บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง ๓) บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี ๔) บ้านซับตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า และ ๕) บ้านดงแม่่าง เมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย แจกแบบสอบถาม จำนวน ๕๐๐ ฉบับ ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑ จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

		(n= ๕๐๐)	
สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
ชาย		๒๕๗	๕๑.๔๐
หญิง		๒๔๓	๔๘.๖๐
	รวม	๕๐๐	๑๐๐.๐๐
อายุ			
๑๘-๓๐ ปี		๑๘๒	๓๖.๔๐
๓๑-๔๐ ปี		๙๒	๑๘.๔๐
๔๑-๕๐ ปี		๘๔	๑๖.๘๐
มากกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป		๑๔๒	๒๘.๔๐
	รวม	๕๐๐	๑๐๐.๐๐
ระดับการศึกษา			
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า		๙๙	๑๙.๘๐
มัธยมศึกษา		๑๑๓	๒๒.๖๐
ปริญญาตรี		๒๔๗	๔๙.๔๐
สูงกว่าปริญญาตรี		๔๑	๘.๒๐
	รวม	๕๐๐	๑๐๐.๐๐

ตารางที่ ๔.๑ จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

(n= ๕๐๐)		
สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๕๕	๑๑.๐๐
พนักงานบริษัทเอกชน	๓๒	๖.๔๐
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	๒๐๐	๔๐.๐๐
ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	๘๙	๑๗.๘๐
เกษตรกร	๑๒๔	๒๔.๘๐
รวม	๕๐๐	๑๐๐.๐๐
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๑๗๗	๓๕.๔๐
๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท	๒๓๓	๔๖.๖๐
๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท	๗๘	๑๕.๖๐
มากกว่า ๓๐,๐๐๐ บาท	๑๒	๒.๔๐
รวม	๕๐๐	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกได้ดังนี้

เพศ พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศชาย จำนวน ๒๕๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๔๐ และเพศหญิง จำนวน ๒๔๓ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๖๐

อายุ พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ๑๘-๓๐ ปี จำนวน ๑๘๒ ราย คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๔๐ รองลงมาคือ มากกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๔๒ ราย คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๔๐ และน้อยที่สุดคือ ๑๑-๑๕ ปี จำนวน ๘๔ ราย คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๘๐

ระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี จำนวน ๒๔๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๔๐ รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน ๑๑๓ ราย คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๖๐ และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน ๔๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๘.๒๐

อาชีพ พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๒๐๐ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน ๑๒๔ ราย คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๘๐ และน้อยที่สุดคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๓๒ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖.๔๐

รายได้ พบว่า รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๓๓ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๖๐ รองลงมาคือ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๗๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๔๐ และน้อยที่สุดคือ มากกว่า ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๒ ราย คิดเป็นร้อยละ ๒.๔๐

สรุปวิเคราะห์ คนกลุ่มอายุระหว่าง ๑๘-๓๐ ปี ทั้งเพศชายและหญิงถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการนำเอาความรู้ ความสามารถ ความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว เข้ามามีส่วนร่วมกับคนในชุมชนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในภูมิปัญญา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้าง ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอันจะนำพารายได้เข้ามาสู่ชุมชนให้มีความอยู่ดี กินดีและมีสุข

๔.๒ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

การนำเสนอผลการวิจัยในข้อนี้เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ ๑ เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และการตอบคำถามวิจัย พร้อมตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น นำผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดล มาวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า

๔.๒.๑ สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

๑) สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Coefficient of Variation)
Max	หมายถึง	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min	หมายถึง	ค่าต่ำสุด (Minimum)
Sk	หมายถึง	ค่าความเบ้ (Skewness)

Ku	หมายถึง	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation)
χ^2	หมายถึง	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์
df	หมายถึง	องศาอิสระ (Degree of Freedom)
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ (Significant)
TE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effect)
ID	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
DE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMR	หมายถึง	ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation)

๒) สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝง

PART	หมายถึง	การมีส่วนร่วม
TOUR	หมายถึง	ทรัพยากรการท่องเที่ยว
MARK	หมายถึง	การตลาด
MANA	หมายถึง	การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔
CREA	หมายถึง	การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๓) สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรสังเกตได้

PART1	หมายถึง	การร่วมทำ
PART2	หมายถึง	การร่วมรับผลประโยชน์
PART3	หมายถึง	การร่วมวางแผน
PART4	หมายถึง	การร่วมคิด
TOUR1	หมายถึง	สิ่งอำนวยความสะดวก
TOUR2	หมายถึง	กิจกรรม

TOUR3	หมายถึง	สิ่งดึงดูดใจ
TOUR4	หมายถึง	พื้นที่
MARK1	หมายถึง	ช่องทางการสื่อสาร
MARK2	หมายถึง	เครือข่าย
MARK3	หมายถึง	การประชาสัมพันธ์
MANA1	หมายถึง	การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ
MANA2	หมายถึง	การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่อ่งานที่ทำ
MANA3	หมายถึง	การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่อ่งานที่ทำ
MANA4	หมายถึง	การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา
CREA1	หมายถึง	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
CREA2	หมายถึง	การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว
CREA3	หมายถึง	การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่
CREA4	หมายถึง	การเรียนรู้สิ่งใหม่

๔.๒.๒ ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในโมเดล มีตัวบ่งชี้ทั้งหมด ๑๙ ตัวแปรที่ใช้วัดตัวแปรแฝง ๕ ตัวแปร คือ ๑) การมีส่วนร่วม (PART) ๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) ๓) การตลาด (MARK) ๔) การบริหารจัดการ (MANA) และ ๕) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนต่ำสุด (Min) คะแนนสูงสุด (Max) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (SK) และค่าความโด่ง (Ku) โดยแยกวิเคราะห์ผลแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๒ ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่แสดงอิทธิพล
ของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

(n= ๕๐๐)

ตัวแปร	\bar{X}	ระดับ	S.D.	Min	Max	C.V.	Sk	Ku
PART	๓.๔๖	มาก	๐.๘๐	๑.๖๕	๕.๐๐	๒๓.๑๒	-๐.๔๑	-๐.๕๑
PART1	๓.๖๒	มาก	๐.๘๙	๑.๖๐	๕.๐๐	๒๔.๕๙	-๐.๔๔	-๐.๖๒
PART2	๓.๕๑	มาก	๐.๘๓	๒.๐๐	๕.๐๐	๒๓.๖๕	-๐.๑๓	-๐.๙๓
PART3	๓.๓๙	ปาน	๐.๙๓	๑.๔๐	๕.๐๐	๒๗.๔๓	-๐.๔๐	-๐.๖๘
PART4	๓.๕๕	มาก	๑.๐๐	๑.๐๐	๕.๐๐	๒๘.๑๗	-๐.๘๕	๐.๔๖
TOUR	๓.๖๕	มาก	๐.๗๒	๑.๕๕	๕.๐๐	๑๙.๗๓	-๐.๒๐	๐.๐๒
TOUR1	๓.๔๘	มาก	๐.๗๙	๑.๐๐	๕.๐๐	๒๒.๗๐	-๐.๓๘	๐.๓๕
TOUR2	๓.๗๐	มาก	๐.๗๗	๑.๘๐	๕.๐๐	๒๐.๘๑	-๐.๑๙	-๐.๓๔
TOUR3	๓.๗๖	มาก	๐.๗๔	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๙.๖๘	-๐.๑๓	-๐.๓๗
TOUR4	๓.๖๗	มาก	๐.๘๐	๑.๔๐	๕.๐๐	๒๑.๘๐	-๐.๐๘	-๐.๒๖
MARK	๓.๔๖	มาก	๐.๗๙	๑.๐๘	๕.๐๐	๒๒.๘๓	-๐.๓๔	๐.๓๒
MARK1	๓.๓๗	ปาน	๐.๘๓	๑.๐๐	๕.๐๐	๒๔.๖๓	-๐.๔๔	๐.๖๑
MARK2	๓.๖๒	มาก	๐.๗๘	๑.๒๕	๕.๐๐	๒๑.๕๕	-๐.๓๘	๐.๓๙
MARK3	๓.๔๐	ปาน	๐.๙๒	๑.๐๐	๕.๐๐	๒๗.๐๖	-๐.๒๑	-๐.๕๓
MANA	๓.๗๕	มาก	๐.๗๔	๒.๒๕	๕.๐๐	๑๙.๗๓	-๐.๒๑	-๐.๘๔
MANA1	๓.๖๓	มาก	๐.๗๘	๒.๔๐	๕.๐๐	๒๑.๔๙	๐.๐๙	-๑.๐๔
MANA2	๓.๘๓	มาก	๐.๗๔	๒.๒๐	๕.๐๐	๑๙.๓๒	-๐.๒๓	-๐.๖๓
MANA3	๓.๗๗	มาก	๐.๘๓	๑.๖๐	๕.๐๐	๒๒.๐๒	-๐.๓๒	-๐.๔๒
MANA4	๓.๗๘	มาก	๐.๘๔	๒.๐๐	๕.๐๐	๒๒.๒๒	-๐.๑๘	-๐.๗๖
CREA	๓.๘๘	มาก	๐.๖๗	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๗.๒๖	-๐.๔๔	-๐.๑๒
CREA1	๓.๗๕	มาก	๐.๘๓	๒.๐๐	๕.๐๐	๒๒.๑๓	-๐.๑๕	-๐.๘๔
CREA2	๓.๙๕	มาก	๐.๗๗	๑.๐๐	๕.๐๐	๑๙.๔๙	-๑.๐๒	๒.๑๔
CREA3	๓.๙๗	มาก	๐.๗๔	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๘.๖๔	-๐.๖๐	-๐.๓๑
CREA4	๓.๘๔	มาก	๐.๗๑	๑.๘๐	๕.๐๐	๑๘.๔๙	-๐.๓๑	-๐.๔๗

จากตารางที่ ๔.๒ ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ที่แสดงอิทธิพลของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วม (PART) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๔๖$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การร่วมทำ (PART1) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๖๒$) รองลงมา คือ การร่วมคิด (PART4) ($\bar{X} = ๓.๕๕$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การร่วมวางแผน (PART3) ($\bar{X} = ๓.๓๙$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๒๓.๖๕-๒๘.๑๗ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๕$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) ($\bar{X} = ๓.๗๖$) รองลงมา คือ กิจกรรม (TOUR2) ($\bar{X} = ๓.๗๐$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) ($\bar{X} = ๓.๔๘$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๙.๖๘-๒๒.๗๐ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาการตลาด (MARK) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๕$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เครือข่าย (MARK2) ($\bar{X} = ๓.๖๒$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ (MARK3) ($\bar{X} = ๓.๔๐$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) ($\bar{X} = ๓.๓๗$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๒๑.๕๕-๒๗.๐๖ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งมากกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลน้อย

เมื่อพิจารณาการบริหารจัดการ (MANA) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๗๕$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) ($\bar{X} = ๓.๘๓$) รองลงมา คือ การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) ($\bar{X} = ๓.๗๘$) และค่าเฉลี่ยน้อย

ที่สุด คือ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๙.๓๒-๒๒.๒๒ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา คือ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) (CREA2) ($\bar{X} = 3.95$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๘.๔๙-๒๒.๑๓ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ใน ๔ ด้าน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) การตลาด (MARK) และการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA) และตัวแปรการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) รายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) การมีส่วนร่วม (PART)

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (PART)

(n = ๕๐๐)

ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การร่วมทำ (PART1)			
๑. การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่ชุมชน เช่น เงิน วัสดุอุปกรณ์	๓.๗๐	๐.๙๖	มาก
๒. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน	๓.๗๒	๐.๙๐	มาก
๓. การมีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	๓.๔๘	๑.๑๐	มาก
๔. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผน หรือกิจกรรมของชุมชน	๓.๖๗	๐.๙๗	มาก
๕. การมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน	๓.๕๓	๑.๑๔	มาก
รวม	๓.๔๖	๐.๘๐	มาก
การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2)			
๑. ท่านได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐในชุมชน	๓.๗๑	๑.๐๔	มาก
๒. ท่านได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต	๓.๗๕	๑.๐๑	มาก
๓. การมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การบริการที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม	๓.๐๙	๑.๑๑	ปานกลาง

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (PART) (ต่อ)

ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2)			
๔. การมีส่วนร่วมในการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน เช่น ของที่ระลึก	๓.๓๕	๑.๑๗	ปานกลาง
๕. การมีความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการมีกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๗๓	๐.๘๐	มาก
รวม	๓.๕๑	๐.๘๓	มาก
การร่วมวางแผน (PART3)			
๑. การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สภาพปัญหาของชุมชน	๓.๔๖	๑.๐๒	มาก
๒. การมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๓๖	๑.๑๓	ปานกลาง
๓. การมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาชุมชนหรือสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๔๘	๐.๙๗	มาก
๔. การมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎ ระเบียบ กฎเกณฑ์ในการใช้ทรัพยากรทางการทางธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม	๓.๔๑	๑.๑๖	มาก
๕. การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๓๔	๑.๐๙	ปานกลาง
รวม	๓.๓๙	๐.๙๓	ปานกลาง
การร่วมคิด (PART4)			
๑. การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๕๘	๑.๐๐	มาก
๒. การมีส่วนร่วมในการเสนอแนะในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๕๘	๑.๐๘	มาก
๓. การมีส่วนร่วมในการวางกฎ ระเบียบของชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๕๓	๑.๑๐	มาก

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (PART) (ต่อ)

ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การร่วมคิด (PART4)			
๔. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๖๖	๑.๐๔	มาก
๕. การมีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็นในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๓.๕๓	๑.๑๓	มาก
รวม	๓.๕๕	๑.๐๐	มาก
รวมทั้งหมด	๓.๔๖	๐.๘๐	มาก

จากตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วม (PART) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๔๖$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่มีเพียงการร่วมวางแผน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๓๙$) ผลการวิจัย พบว่า

ด้านการร่วมทำ (PART1) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๔๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๒$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่ชุมชน เช่น เงิน วัสดุอุปกรณ์ ($\bar{X} = ๓.๘๐$) และต่ำที่สุดคือ มีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๓.๔๘$)

ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ (PART2) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๕๑$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๕$) รองลงมาคือ การมีความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการมีกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = ๓.๗๓$) และต่ำที่สุดคือ การมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การบริการที่พัก บริการอาหาร และเครื่องดื่ม ($\bar{X} = ๓.๐๓$)

ด้านการร่วมวางแผน (PART3) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.48$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่ชุมชน เช่น เงิน วัสดุอุปกรณ์ ($\bar{X} = 3.46$) และต่ำที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน ($\bar{X} = 3.34$)

ด้านการร่วมคิด (PART4) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการเสนอแนะในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = 3.58$, S.D.=1.08) และต่ำที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็นในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = 3.53$, S.D.=1.13)

๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)	ระดับความคิดเห็น (n = ๕๐๐)		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1)			
๑. ชุมชนมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	๓.๔๑	๐.๙๘	มาก
๒. ชุมชนมีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอเพื่อบริการนักท่องเที่ยว	๓.๔๐	๑.๐๓	ปานกลาง
๓. ชุมชนมีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	๓.๒๙	๑.๐๘	ปานกลาง
๔. ชุมชนมีถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	๓.๙๑	๐.๙๗	มาก
๕. ชุมชนมีศูนย์ข้อมูลให้บริการนักท่องเที่ยว	๓.๔๐	๑.๑๒	ปานกลาง
รวม	๓.๔๘	๐.๗๙	มาก

ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) (ต่อ)

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กิจกรรม (TOUR2)			
๑. ชุมชนมีกิจกรรมในการส่งเสริมและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม	๓.๕๒	๑.๐๕	มาก
๒. ชุมชนมีการปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย	๓.๘๓	๐.๙๓	มาก
๓. ชุมชนมีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน	๓.๗๙	๑.๐๐	มาก
๔. ชุมชนมีกิจกรรมที่ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดความสนุกสนานนักท่องเที่ยว	๓.๗๒	๐.๘๖	มาก
๕. ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากการผลักดันทางความคิดเห็นร่วมกันของคนชุมชน	๓.๖๕	๐.๙๕	มาก
รวม	๓.๗๐	๐.๗๗	มาก
สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3)			
๑. ชุมชนยังคงอนุรักษ์ และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง	๓.๙๐	๐.๗๕	มาก
๒. ชุมชนมีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น เช่น การทำอาหาร ศิลปหัตถกรรม	๓.๗๓	๐.๗๔	มาก
๓. ชุมชนมีการเรียนรู้วิถีชีวิต และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมกับคนชุมชน	๓.๘๘	๐.๙๕	มาก
๔. ชุมชนมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความเป็นอารยะ (สากล)	๓.๖๐	๐.๙๑	มาก
๕. ชุมชนมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จนเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว	๓.๖๗	๑.๐๑	มาก
รวม	๓.๗๖	๐.๗๔	มาก

ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) (ต่อ)

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
พื้นที่ (TOUR4)			
๑. ชุมชนมีการจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว	๓.๘๕	๐.๘๙	มาก
๒. ชุมชนมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว	๓.๕๘	๐.๘๑	มาก
๓. ชุมชนมีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	๓.๕๖	๑.๐๖	มาก
๔. ชุมชนมีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	๓.๖๘	๐.๘๙	มาก
๕. ชุมชนมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้อมตำรวจ, อาสาสมัครชุมชน	๓.๖๗	๐.๙๒	มาก
รวม	๓.๖๗	๐.๘๐	มาก
รวมทั้งหมด	๓.๖๕	๐.๗๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๕$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิจัย พบว่า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๔๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๙๑$) รองลงมาคือ ชุมชนมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๓.๔๑$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๓.๒๙$)

ด้านกิจกรรม (TOUR2) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๗๐$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีการปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมายมี

ระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๘๓$) รองลงมาคือ ชุมชนมีข้อบ่งชี้ในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๗๙$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีกิจกรรมในการส่งเสริมและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = ๓.๕๒$)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๗๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนยังคงอนุรักษ์ และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๙๐$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการเรียนรู้วิถีชีวิต และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมทำกิจกรรมกับคนชุมชน ($\bar{X} = ๓.๘๘$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความเป็นอารยะ (สากล) ($\bar{X} = ๓.๖๐$)

ด้านพื้นที่ (TOUR4) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๗$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนมีการจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๘๕$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม ($\bar{X} = ๓.๖๘$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = ๓.๕๖$)

๓) การตลาด (MARK)

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด (MARK)

ด้านการตลาด (MARKET)	ระดับความคิดเห็น (n = ๕๐๐)		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ช่องทางการสื่อสาร (MARK1)			
๑. ชุมชนมีการดำเนินธุรกิจการให้บริการการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่พัก รถยนต์เช่า	๓.๒๖	๑.๑๖	ปานกลาง
๒. ชุมชนมีการกระจายข่าวสาร/ข้อมูล เพื่อการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง	๓.๖๔	๐.๙๐	มาก
๓. ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์	๓.๓๑	๑.๐๙	ปานกลาง
๔. ชุมชนเปิดกว้างเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ	๓.๒๗	๑.๐๓	ปานกลาง
รวม	๓.๓๗	๐.๘๓	ปานกลาง

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด (MARK) (ต่อ)

ด้านการตลาด (MARKET)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เครือข่าย (MARK2)			
๑. ชุมชนมีการประสานการทำงานร่วมกันภายในชุมชน และ ระหว่างชุมชน	๓.๕๙	๐.๗๗	มาก
๒. ชุมชนมีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกันเป็นประจำ	๓.๕๙	๐.๘๘	มาก
๓. ชุมชนมีการพัฒนากระบวนการทำงานเป็นขั้นตอนมากขึ้น กว่าเดิม	๓.๖๔	๐.๙๑	มาก
๔. ชุมชนมีทำความเข้าใจในเป้าหมายการทำงานร่วมกันระหว่าง ผู้นำ และคนชุมชนอยู่เสมอ	๓.๖๖	๐.๙๑	มาก
รวม	๓.๖๒	๐.๗๘	มาก
การประชาสัมพันธ์ (MARK3)			
๑. ชุมชนมีการสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว	๓.๔๓	๐.๙๖	มาก
๒. ชุมชนมีการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	๓.๕๐	๐.๙๗	มาก
๓. ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเสมอ ๆ	๓.๔๓	๑.๐๓	มาก
๔. ชุมชนมีการประเมินผลการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวทุก ๆ ๓ เดือน	๓.๒๕	๐.๙๘	ปานกลาง
รวม	๓.๔๐	๐.๙๒๔	ปานกลาง
รวมทั้งหมด	๓.๔๖	๐.๗๙	มาก

จากตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการตลาด (MARK) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๔๖$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = ๓.๓๗$) และการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = ๓.๔๐$) และอยู่ในด้านมาก ๑ ด้าน คือ เครือข่าย ($\bar{X} = ๓.๖๒$) ผลการวิจัย พบว่า

ด้านช่องทางการสื่อสาร (MARK1) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๓๗$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีการกระจายข่าวสาร/ข้อมูล เพื่อการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๖๔$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = ๓.๓๑$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีการดำเนินธุรกิจการให้บริการการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่พัก รถยนต์เช่า ($\bar{X} = ๓.๒๖$)

ด้านเครือข่าย (MARK2) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๖๒$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีความเข้าใจในเป้าหมายการทำงานร่วมกันระหว่างผู้นำ และคนชุมชนอยู่เสมอ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๖๖$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการพัฒนากระบวนการทำงานเป็นขั้นตอนมากขึ้นกว่าเดิม ($\bar{X} = ๓.๖๔$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีการประสานการทำงานร่วมกันภายในชุมชน และระหว่างชุมชน ($\bar{X} = ๓.๕๒$, S.D.=๐.๘๘)

ด้านการประชาสัมพันธ์ (MARK3) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๔๐$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๕๐$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเสมอ ๆ ($\bar{X} = ๓.๔๓$, S.D.=๑.๐๓) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีการประเมินผลการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุก ๆ ๓ เดือน ($\bar{X} = ๓.๒๕$)

๔) การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA)

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA)

(n = ๕๐๐)

การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (Management)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1)			
๑. การมีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนด้วยความสมัครใจ และมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน	๓.๗๑	๒.๕๗	มาก
๒. การมีความเต็มใจในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันทางการท่องเที่ยวชุมชน	๓.๕๒	๐.๙๗	มาก
๓. ท่านสมัครใจที่จะสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างสุดความสามารถ	๓.๗๒	๐.๙๐	มาก
๔. ท่านยินดีรับฟังความคิดเห็นของทุกคนชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น	๓.๖๒	๐.๘๒	มาก
๕. ท่านพอใจ และเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยไม่หวังผลตอบแทน	๓.๖๙	๐.๘๒	มาก
รวม	๓.๖๓	๐.๗๘	มาก
การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่องานที่ทำ (MANA2)			
๑. เมื่อได้รับมอบหมายภารกิจ หน้าที่ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวการมีความเต็มใจและเต็มที่จะปฏิบัติหน้าที่	๓.๗๐	๐.๘๙	มาก
๒. ไม่ว่าจะเกิดปัญหาอะไรชุมชน ท่านยังให้ความสำคัญและมุ่งมั่นพัฒนาอยู่เสมอ	๓.๙๗	๐.๘๓	มาก
๓. ท่านจะสนับสนุน ส่งเสริมในทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมายโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและไม่ละทิ้งงาน	๓.๘๕	๐.๙๑	มาก

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA)

(n = ๕๐๐)

การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (Management)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่อการทำงานที่ทำ (MANA2)			
๔. ไม่ว่าจะมียุอุปสรรค ปัญหาอะไรเกิดขึ้น สิ่งที่ท่านให้ความสำคัญ เหนือสิ่งอื่นใดคือ ความสำเร็จของงาน	๓.๗๒	๐.๘๒	มาก
๕. การมีความอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิด ความชำนาญเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	๓.๙๑	๐.๘๓	มาก
รวม	๓.๘๓	๐.๗๔	มาก
การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่อการทำงานที่ทำ (MANA3)			
๑. การมีความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	๓.๖๗	๐.๙๙	มาก
๒. การมีความแน่วแน่มั่นคงที่จะพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่างานจะสำเร็จ	๓.๗๘	๐.๘๙	มาก
๓. การมีความใส่ใจ ใฝ่รู้ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของ ชุมชนทั้งใน และนอกเวลางาน	๓.๗๗	๐.๙๗	มาก
๔. ท่านเอาใจใส่ในการท่องเที่ยวของชุมชน และเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาก็พร้อมที่จะแก้ไขร่วมกัน	๓.๗๙	๐.๙๗	มาก
๕. ท่านสนใจรับรู้ และรับผิดชอบในการท่องเที่ยวของชุมชนอย่าง เต็มที่ แม้งานจะมีปัญหา อุปสรรคก็ตาม	๓.๘๒	๐.๙๓	มาก
รวม	๓.๗๗	๐.๘๓	มาก

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA) (ต่อ)

(n = ๕๐๐)

การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (Management)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4)			
๑. การมีการไตร่ตรอง หาข้อดี ข้อด้อย ในการท่องเที่ยวของชุมชนทุกครั้งเพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไป	๓.๘๕	๐.๙๕	มาก
๒. การมีการตรวจสอบข้อบกพร่องของการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ตลอดเวลา	๓.๘๒	๐.๘๔	มาก
๓. การมีส่วนร่วมในการคิดค้นแนวทางการปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชนและแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล	๓.๖๙	๐.๙๗	มาก
๔. การมีส่วนร่วมในการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน	๓.๗๖	๐.๘๙	มาก
๕. การมีการค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถที่จะมีส่วนช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน	๓.๗๖	๐.๙๗	มาก
รวม	๓.๗๘	๐.๘๔	มาก
รวมทั้งหมด	๓.๗๕	๐.๗๔	มาก

จากตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (Management) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = ๓.๗๕) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิจัย พบว่า

ด้านการเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = ๓.๖๓) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านสมัครใจที่จะสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างสุดความสามารถมีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{X} = ๓.๗๒) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนด้วยความสมัครใจ และมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน (\bar{X} = ๓.๗๑) และต่ำที่สุดคือ การมีความเต็มใจในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันทางการท่องเที่ยวชุมชน (\bar{X} = ๓.๕๒)

ด้านการมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่อองานที่ทำ (MANA2) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่ว่าจะเกิดปัญหาอะไรชุมชน ท่านยังให้ความสำคัญและมุ่งมั่นพัฒนาอยู่เสมอมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ การมีความอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{X} = 3.91$) และต่ำที่สุดคือ เมื่อได้รับมอบหมายภารกิจ หน้าที่ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวการมีความเต็มใจและเต็มที่จะปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{X} = 3.70$)

ด้านการมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านสนใจรับรู้ และรับผิดชอบในการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างเต็มที่ แม้งานจะมีปัญหา อุปสรรคก็ตามมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ท่านเอาใจใส่ในการท่องเที่ยวของชุมชน และเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาพร้อมที่จะแก้ไขร่วมกัน ($\bar{X} = 3.79$) และต่ำที่สุดคือ การมีความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีการไตร่ตรอง หาข้อดี ข้อด้อย ในการท่องเที่ยวของชุมชนทุกครั้ง เพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไปมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ การมีการตรวจสอบข้อบกพร่องของการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.82$) และต่ำที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการคิดค้นแนวทางการปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชนและแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล ($\bar{X} = 3.69$)

๕) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)	ระดับความคิดเห็น (n = ๕๐๐)		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (CREA1)			
๑. ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๓.๖๔	๐.๙๖	มาก
๒. ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรมกับเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๓.๗๕	๐.๙๖	มาก

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) (ต่อ)

		(n = ๕๐๐)		
ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)		ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
๓.	ชุมชนเปิดโอกาสให้คนหลากหลายทักษะ หลากหลายวิธีคิดทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๓.๖๖	๐.๘๒	มาก
๔.	ชุมชนมีการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนชุมชนด้วยความเป็นกัลยาณมิตรที่ดีต่อกัน	๓.๙๐	๐.๙๖	มาก
๕.	ชุมชนมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว	๓.๗๙	๐.๙๗	มาก
รวม		๓.๗๕	๐.๘๓	มาก
การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (CREA2)				
๑.	ชุมชนมีทัศนียภาพและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้	๓.๗๖	๐.๘๓	มาก
๒.	ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้	๓.๘๗	๐.๙๑	มาก
๓.	ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์	๔.๑๐	๑.๐๖	มาก
๔.	ชุมชนมีการจัดงานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว	๓.๙๙	๐.๙๓	มาก
๕.	ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์และเชิญชวน นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความสะอาด	๔.๑๖	๐.๙๒	มาก
รวม		๓.๙๕	๐.๗๗	มาก

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) (ต่อ)

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (CREA3)			
๑. ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สอบถาม ข้อเสนอเพื่อสร้างเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของชุมชน	๔.๐๐	๐.๘๒	มาก
๒. ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และร่วมในกิจกรรมของชุมชน	๓.๘๕	๐.๙๙	มาก
๓. กิจกรรม/การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นจะไม่ก่อให้เกิดการทำลายคุณค่า หรือเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน	๔.๐๗	๐.๗๑	มาก
๔. กิจกรรม/การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว	๔.๑๗	๐.๘๙	มาก
๕. กิจกรรม/การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวจดจำ และเกิดความเข้าใจในภูมิปัญญา หรือภูมิสังคมของชุมชนเพิ่มมากขึ้น	๓.๙๘	๐.๘๙	มาก
รวม	๓.๙๗	๐.๗๔	มาก
การเรียนรู้สิ่งใหม่ (MANA4)			
๑. นักท่องเที่ยวมีการเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนชุมชน	๓.๗๙	๐.๙๕	มาก
๒. ชุมชนเป็นส่วนเติมเต็มทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และพัฒนาความสามารถ ทักษะให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม	๓.๙๗	๐.๙๐	มาก
๓. ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือสร้างสรรค์การท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนผ่านข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์	๓.๘๕	๐.๗๘	มาก

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) (ต่อ)

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)	(n = ๕๐๐)		
	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
๔. ชุมชนมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	๓.๙๑	๐.๘๓	มาก
๕. ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และแสวงหา ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของ ชุมชน	๓.๙๖	๐.๘๔	มาก
รวม	๓.๘๔	๐.๗๑	มาก
รวมทั้งหมด	๓.๘๘	๐.๖๗	มาก

จากตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๘๘$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิจัย พบว่า

ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (CREA1) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๗๕$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนของท่านเปิดโอกาสให้คนหลากหลายทักษะ หลากหลายวิธีคิดทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๐$) รองลงมาคือ ชุมชนมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๓.๗๙$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๖๔$)

ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (CREA2) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๙๕$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์และเชิญชวน นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความสะอาดมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ($\bar{X} = ๔.๑๖$) รองลงมาคือ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวมี

ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = ๔.๑๐$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนมีทัศนียภาพและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ ($\bar{X} = ๓.๗๖$)

ด้านการชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (CREA3) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๙๗$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กิจกรรม/การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๑๗$) รองลงมาคือ กิจกรรม/การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นจะไม่ก่อให้เกิดการทำลายคุณค่า หรือเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน ($\bar{X} = ๔.๐๗$) และต่ำที่สุดคือ ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในกระบวนการการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และร่วมในกิจกรรมของชุมชนด้วยตนเอง ($\bar{X} = ๓.๘๕$)

ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (CREA4) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๘๔$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนเป็นส่วนเติมเต็มทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และพัฒนาความสามารถ ทักษะให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมมีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = ๓.๙๗$) รองลงมาคือ ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๙๖$) และต่ำที่สุดคือ นักท่องเที่ยวมีการเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนชุมชน ($\bar{X} = ๓.๗๙$)

๔.๒.๓ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เพื่อใช้สร้างเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จากตารางที่ ๔.๘ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของ
ตัวแปรสังเกตได้ในตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด
นครสวรรค์ ผลการวิเคราะห์ พบว่า

ตัวแปร	PART1	PART2	PART3	PART4	TOUR1	TOUR2	TOUR3	TOUR4	MARK1	MARK2	MARK3	MANA1	MANA2	MANA3	MANA4	CREA1	CREA2	CREA3	CREA4	
PART1	๑.๐๐๐																			
PART2	.๖๘๑**	๑.๐๐๐																		
PART3	.๘๑๓**	.๖๖๘**	๑.๐๐๐																	
PART4	.๖๔๙**	.๖๖๖**	.๖๖๘**	๑.๐๐๐																
TOUR1	.๕๕๕**	.๕๕๕**	.๖๖๖**	.๖๖๘**	๑.๐๐๐															
TOUR2	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๖๖๖**	.๖๖๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐														
TOUR3	.๓๘๐**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐													
TOUR4	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐												
MARK1	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐											
MARK2	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐										
MARK3	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐									
MANA1	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐								
MANA2	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐							
MANA3	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐						
MANA4	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐					
CREA1	.๓๖๐**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐				
CREA2	.๓๕๘**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐			
CREA3	.๓๖๓**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐		
CREA4	.๓๘๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	.๕๕๖**	๑.๐๐๐	
Mean	๓.๖๖	๓.๕๕	๓.๓๕	๓.๕๕	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖	๓.๓๖
SD	๐.๘๕	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓	๐.๘๓

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy= .๘๘, Bartlett's Test of Sphericity= ๑๒๐๓.๕๓, df= ๑๗๑, p= .๐๐๐

** p < .๐๑

ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นสถิติทดสอบสมมติฐานว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ มีค่าสถิติทดสอบเท่ากับ ๑๒๐๙๓.๔๓ ($p = .000$) แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : KMO) มีค่าเท่ากับ .๘๘ โดยมีค่าเข้าใกล้ ๑ แสดงว่า ตัวแปรในข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลลิสเรลต่อไป

เมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน ๑๙ ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) มีจำนวน ๑๗๑ คู่ มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง ๐.๓๑๓ ถึง ๑.๐๐๐ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ทุกตัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๘๙๕ แสดงว่า เมื่อมีการจัดการพื้นที่ที่ดีขึ้น ก็จะทำให้มีสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นด้วย และการมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๘๙๕ แสดงว่า เมื่อมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำงานก็จะก่อให้เกิดการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์รองลงมา คือ กิจกรรม (TOUR2) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๘๙๔ แสดงว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้น พื้นที่ก็จะมีขนาดน่าสนใจเพิ่มขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) และการชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๓๑๓

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ระหว่างกลุ่มตัวแปรด้านเดียวกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การมีส่วนร่วม (PART) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๔๖๕ ถึง .๘๓๑ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การร่วมวางแผน (PART3) และการร่วมคิด (PART4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๓๑ แสดงว่า เมื่อมีการร่วมคิดมากขึ้น การร่วมวางแผนก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) และการร่วมคิด (PART4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๔๖๕

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๖๖ ถึง .๘๘๕ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๘๕ แสดงว่า เมื่อมีสิ่งดึงดูดใจมากขึ้น ความสนใจในพื้นที่ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) และสิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๖๖

การตลาด (MARK) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๗๙๒ ถึง .๘๔๘ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) และการประชาสัมพันธ์ (MARK3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๔๘ แสดงว่า เมื่อมีช่องทางการสื่อสารมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดคือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) และเครือข่าย (MARK2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๙๒

การบริหารจัดการ (MANA) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๐๓ ถึง .๘๘๕ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๘๕ แสดงว่า เมื่อมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำมากขึ้น การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมาก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่องานที่ทำ (MANA2) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๐๓

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๕๓๑ ถึง .๘๐๙ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) และการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) (CREA2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๐๙ แสดงว่า เมื่อมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) มากขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) และการเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ) (CREA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๕๓๑

๔.๒.๔ ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของโมเดลนี้มีตัวแปรแฝง ๕ ตัวแปร คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) การตลาด (MARK) การบริหารจัดการ (MANA) และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ๑๙ ตัวแปร การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิเคราะห์โมเดลในครั้งแรก พบว่า โมเดลไม่สอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ ๒๖๐๘.๓๓ ที่องศาอิสระเท่ากับ ๑๔๒ และความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .๐๐๐ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .๑๙๒

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงปรับโมเดลโดยยอมให้ความคาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ซึ่งเป็นการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นจากข้อตกลงเบื้องต้นในสถิติวิเคราะห์ดั้งเดิมที่กำหนดว่า เหมอมความคาดเคลื่อนต้องไม่สัมพันธ์กัน เป็นข้อตกลงเบื้องต้นในสถิติวิเคราะห์ด้วย SEM ซึ่งกำหนดให้มีการนำเหมอมความคาดเคลื่อนมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และเหมอมความคาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันตามสภาพความเป็นจริงของปรากฏการณ์ธรรมชาติ ผลการปรับโมเดล จะได้ค่าขนาดอิทธิพลและค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากขึ้น ผู้วิจัยพิจารณาปรับโมเดลจากดัชนีดัดแปลงโมเดล (Modification Indices) และได้ปรับโมเดลจำนวน ๑๐๕ เส้นทาง โดยได้ปรับ ๑) เส้นทาง Theta-Delta (TD) ๒) เส้นทาง Theta-Epsilon (TE) และ ๓) เส้นทาง Theta-Delta-Epsilon (TH) และผลจากการปรับโมเดล ทำให้ได้โมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ ๔.๙ ค่าสถิติการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล	MANA			CREA		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	
PART	๐.๓๙** (๐.๐๖)	-	๐.๓๙** (๐.๐๖)	-๐.๑๐ (๐.๐๖)	๐.๒๙** (๐.๐๗)	-๐.๓๙** (๐.๐๙)	
TOUR	-๐.๔๐** (๐.๐๗)	-	-๐.๔๐** (๐.๐๗)	๐.๐๒ (๐.๐๗)	-๐.๓๐** (๐.๐๖)	๐.๓๒** (๐.๐๘)	
MARK	๐.๗๘** (๐.๐๙)	-	๐.๗๘** (๐.๐๙)	๐.๙๕** (๐.๐๙)	๐.๕๘** (๐.๐๘)	๐.๓๖** (๐.๑๐)	
MANA	-	-	-	๐.๗๕** (๐.๑๐)	-	๐.๗๕** (๐.๑๐)	

ค่าสถิติไค-สแควร์= ๔๗.๘๖ df= ๓๗ p= .๑๐๙ GFI= .๙๙, AGFI= .๙๕ RMR= .๐๑๓

ตัวแปร	PART1	PART2	PART3	PART4	TOUR1	TOUR2
ความเที่ยง	๐.๖๓	๐.๔๗	๐.๗๖	๐.๙๑	๐.๘๑	๐.๙๕
ตัวแปร	TOUR3	TOUR4	MARK1	MARK2	MARK3	MANA1
ความเที่ยง	๐.๗๘	๑.๐๔	๐.๘๓	๐.๗๑	๐.๘๗	๑.๐๐
ตัวแปร	MANA2	MANA3	MANA4	CREA1	CREA2	CREA3
ความเที่ยง	๐.๘๒	๐.๗๖	๐.๘๔	๐.๖๘	๐.๖๖	๐.๔๘
ตัวแปร	CREA4					
ความเที่ยง	๐.๖๖					
สมการโครงสร้างตัวแปร	MANA	CREA				
R SQUARE	๐.๖๒	๐.๙๘				

เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	MANA	CREA	PART	TOUR	MARK
MANA	๑.๐๐				
CREA	๐.๙๒	๑.๐๐			
PART	๐.๖๘	๐.๖๔	๑.๐๐		
TOUR	๐.๕๕	๐.๗๓	๐.๗๗	๑.๐๐	
MARK	๐.๗๔	๐.๘๘	๐.๗๗	๐.๘๔	๑.๐๐

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .๐๑

TE= ผลรวมอิทธิพล, IE= อิทธิพลทางอ้อม, DE= อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ ๔.๙ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่มีตัวแปรส่งผ่าน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ ๔๗.๘๖ องศาอิสระเท่ากับ ๓๗ ความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .๑๐๙ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .๙๙ ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .๙๕ ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ ๑ ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .๐๑๓ ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .๐๒๕ และค่าเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐานระหว่างตัวแปรสูงสุด (Largest Standardized Residuals) เท่ากับ ๓.๒๒ ซึ่งสนับสนุนว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง ๐.๔๗ ถึง ๑.๐๔ โดยตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงสูงสุด คือ พื้นที่ (TOUR4) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๑.๐๔ รองลงมาคือ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๑.๐๐ และตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงต่ำสุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๐.๔๗ ในภาพรวมค่าความเที่ยงของ ตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าสูง ยกเว้น การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) ที่ความเที่ยงมีค่าปานกลาง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R-SQUARE) ของสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่า การบริหารจัดการ (MANA) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๖๒ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) และการตลาด (MARK) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริหารจัดการ ได้ร้อยละ ๖๒.๐๐ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๙๘ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) การตลาด (MARK) และการบริหารจัดการ (MANA) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ ๙๘.๐๐

เมื่อพิจารณาเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ในช่วง ๐.๕๕ ถึง ๐.๙๒ โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ การบริหารจัดการ (MANA) และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๙๒ แสดงว่า เมื่อการบริหารจัดการเพิ่มมากขึ้น การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ก็เพิ่มมากขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา คือ การตลาด (MARK) และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๘๔ และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดล พบว่า

๑. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วม (PART) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๖๔ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง -๐.๓๙ และมีอิทธิพลทางอ้อม ๐.๒๙ เป็นอิทธิพลรวม -๐.๑๐ อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวอิทธิพลรวมไม่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

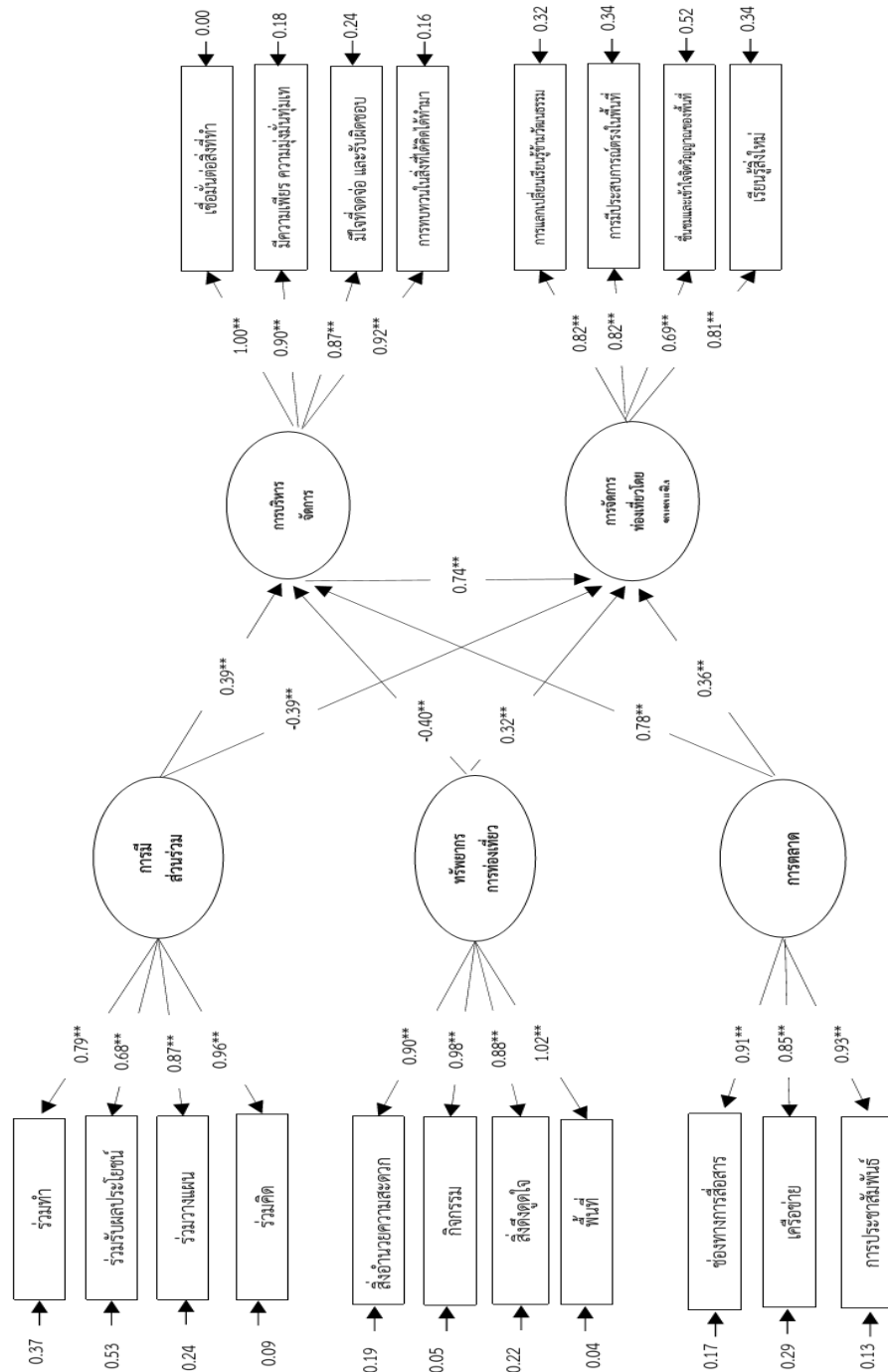
๒. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๗๓ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง -๐.๓๒ และมีอิทธิพลทางอ้อม -๐.๓๐ เป็นอิทธิพลรวม ๐.๐๒ อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวอิทธิพลรวมไม่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๓. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการตลาด (MARK) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๘๘ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง ๐.๓๖ และมีอิทธิพลทางอ้อม ๐.๕๒ เป็นอิทธิพลรวม ๐.๙๔ อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมและอิทธิพลรวมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

๔. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๙๒ มีอิทธิพลทางตรง ๐.๗๔ ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก คือ การตลาดมีอิทธิพลโดยรวมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวกันทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยมีอิทธิพลรวมเท่ากับ ๐.๐๒ แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารจัดการน้อยกว่าอิทธิพลทางตรง แสดงว่าการบริหารจัดการเป็นตัวแปรส่งผ่านของการมีส่วนร่วม (PART) และการตลาด (MARK) จากผลการวิจัยเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งหากมีการจัดการด้านการมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) และการตลาด (MARK) บนพื้นฐานของการบริหารจัดการ

ตามหลักอิทธิบาท ๔ จะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น รายละเอียดผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ ๔.๙ และภาพที่ ๔.๑



$\chi^2 = 47.86, df = 37, p = 0.109, RMSEA = 0.025$

ภาพที่ ๔.๑ ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

สรุปวิเคราะห์ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการตลาด สามารถร่วมกับอธิบายความแปรปรวนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ได้ร้อยละ ๖๒ แต่หากร่วมกันอธิบายความแปรปรวนโดยผ่านการบริหารจัดการตามหลัก อธิติบาท ๔ จะอธิบายได้ร้อยละ ๙๘ นั้นแสดงว่า การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาทเป็นส่วน สนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างมาก แต่ขณะเดียวกันพบว่าหากเป็น ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์สูงกว่าอิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ แสดงให้เห็นว่า ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวจะเน้นที่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวมากกว่าเน้นที่ บุคคลในการขับเคลื่อนกระบวนการ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของคนชุมชน การจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยว และการตลาดเป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ แต่เครื่องมือเป็นเพียงแค่องค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น การที่จะทำให้กระบวนการจัดการ ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นจะต้องมีการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ซึ่ง จะเป็นตัวกำกับบุคคลผู้ขับเคลื่อนให้มีการพัฒนาทั้งภายนอก และภายในควบคู่ไปพร้อมกัน

๔.๓ การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครสวรรค์

การนำเสนอผลการวิจัยในข้อนี้เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ ๒ เพื่อ วิเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนชุมชน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ในพื้นที่ เป้าหมาย ๕ ชุมชน ประกอบด้วย บ้านวังหวน หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ บ้าน ท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอ ตากลี บ้านซันตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอดงพิกุล อำเภอตากฟ้า และบ้านดงแม่บางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จำนวน ๒๗ รูป/คน จำแนกเป็น ๖ ด้าน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ รวมถึงการเสนอแนะข้อคิดเห็นในประเด็นที่มีข้อขัดแย้ง หรือเห็นควรเพิ่มเติมให้ชุดความรู้มีความ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตัวแปรศึกษาคือ ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย

- ๑) ว่าที่ร้อยตรีสุรียา สระทองอาด ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง
อำเภอเมืองนครสวรรค์
- ๒) นายรัฐพล ชูระพันธ์ นายอำเภอเก้าเลี้ยว
- ๓) นายณรงค์ ภัคดีสุข นายกองการบริหารส่วนตำบลหนองโพ
- ๔) นายบุญธรรม แก้วเกตุ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง
- ๕) นายเฉลิม ทองแพง ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก
- ๖) นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี
- ๗) นางสาวนงเยาว์ เห่งาใจัก ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพ
- ๘) ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
- ๙) นายณรงค์ พันธุ์เขียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๑๐ บ้านดงแม่นางเมือง
- ๑๐) นางสาวปภาวี พงษ์จตุรา นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์
- ๑๑) นางสาวกัลยา โตะประเสริฐ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า
- ๑๒) นางชนัชฎา เกิดปาน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง
- ๑๓) นางสาวพัฒนชรี จันทร์โชติ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า
- ๑๔) นายยอด จินศิริวานิชย์ ผู้จัดการทั่วไป
บริษัท ยงสุวัฒน์ไปโอ เทรด จำกัด
- ๑๕) นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก
- ๑๖) นายธนโชติ จันทรดวง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนอง
- ๑๗) นายปณณัฑต์ ศรีเทียนชัย ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชน
- ๑๘) นายสรสิทธิ์ อินทร สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง
- ๑๙) นายจงกล บุญยา ประชาชนบ้านซับตะเคียน
- ๒๐) นางระพิน สิงห์ลอ ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่ ๒ บ้านวังหอยก
- ๒๑) นางบุญสม ภิรมย์ราช ผู้ประกอบการ และผู้สาธิตการปอกตาลของหมู่
๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี
- ๒๒) พระครูนิวริฐาจารย์วัฒน์ เจ้าคณะตำบลตาซัด เจ้าอาวาสวัดสังขวิจิตร

- ๒๓) นางสาวโฉมตรุ จันโอภา นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๑๑
บ้านซับตะเคียน
- ๒๔) นางสาวนาฏนวรรค์ ปาณะวิษณุพันธ์ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๑๔
บ้านท่าเตียนสามัคคี
- ๒๕) นางสาวสรญา อยู่กรุง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๒ บ้านวังหอยก
- ๒๖) นายสมโภช วัฒน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๑
บ้านหนองโพใต้
- ๒๗) นายจำรูญ บุญจันทร์ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๑๐
บ้านดงแม่นางเมือง

๔.๓.๑ ด้านการมีส่วนร่วม (PART)

ในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชน ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ อันมีวิถีชีวิตและจารีตประเพณีที่แตกต่างกัน วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคม โดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวบ้านในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น โดยชุมชนจะต้องมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิต และวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่มีนักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมคนท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล^๑ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน และทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวจึงตั้งอยู่บนฐานคิดที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการแบ่งปัน การอนุรักษ์ และฟื้นฟู^๒ และยังมีจุดมุ่งหมายให้คนชุมชนรู้จักการสร้างสำนึกท้องถิ่น เร่งเร้าความภาคภูมิใจในความ

^๑ สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^๒ สัมภาษณ์ นางชนัชฎา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

เป็นอัตลักษณ์ ประเพณีของตน^๓ รวมทั้งสามารถให้คำอธิบายกับคนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ว่ามีความสวยงามและมีคุณค่าอย่างไร ตลอดจนการสื่อให้เห็นพัฒนาการของวัฒนธรรม จารีตประเพณีทั้งนี้เพื่อให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การเคารพต่อความเชื่อ ศักดิ์ศรีและสิทธิในการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ วัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมของชุมชน^๔

๑) การร่วมทำ และการร่วมรับผลประโยชน์

การมีส่วนร่วมในการลงมือทำ เป็นขั้นตอนของการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร ร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐได้รับประโยชน์จากการปรับปรุงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจ และความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การเสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการสร้าง ความสนใจ ความดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนชุมชน และก่อให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ ยังเป็นความร่วมมือ ช่วยเหลือและประสานสัมพันธ์กันระหว่างคนชุมชน ชุมชนและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เข้ามาร่วมส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นในการรองรับการมาเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว^๕ ผลประโยชน์ที่ตามก็จะตกแก่ชุมชนท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการอยู่ดี กินดี และมีความสามัคคีให้เกิดแก่ชุมชนบนฐานของการแบ่งปัน โดยคนชุมชนจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ เต็มกำลัง ความรู้ ความสามารถของตนเอง ออกแรงในการทำกิจกรรมโครงการ ดำเนินงานตามแผนเพื่อมุ่งบรรลุเป้าหมายของกลุ่มที่กำหนดไว้ด้วยความร่วมแรง

^๓ สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทโรชิตี, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^๔ สัมภาษณ์ นางสาวภาวิ พงษ์จตุรา, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^๕ สัมภาษณ์ นายณรงค์ ภัคดีสุข, นายกองค้การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

ร่วมใจ^๖ และเสียสละเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม^๗ นอกจากนี้ชุมชนจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ชาวบ้านชุมชนก็ได้รับเช่นกัน เช่น การใช้แรงงาน^๘ การขายผลผลิตจากชุมชน^๙ การสาธิตการปลูกตาล^{๑๐}, การขายอาหาร หรือขายของฝาก-ของที่ระลึก ก็นำมาซึ่งรายได้ในการเลี้ยงดูครอบครัว

๒) การร่วมวางแผน และการร่วมคิด

การมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชาวบ้านต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์ รวมถึงการมีส่วนร่วมในระดับการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ร่วมวางกฎ ระเบียบของชุมชน ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับฟังความคิดเห็น

การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นจะอยู่ในรูปของคณะกรรมการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว มีการจัดโครงสร้างของคณะกรรมการ^{๑๑} การแบ่งงานกันทำ ออกเป็นด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการสืบค้นข้อมูล, ด้านการท่องเที่ยว, ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า, ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม, ด้านการพัฒนาส่งเสริมประเพณี วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชุมชน ด้านการพัฒนาที่พักโฮมสเตย์, ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายและการ

^๖ สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^๗ สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^๘ สัมภาษณ์ นายจกกล บุญยา, ประชาชนบ้านซบตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^๙ สัมภาษณ์ นางระพิน สิงห์ลอ, ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่ที่ ๒ บ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๐} สัมภาษณ์ นางบุญสม ภิรมย์ราช, ผู้ประกอบการ และผู้สาธิตการปลูกตาลของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๑} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

ประชาสัมพันธ์^{๑๒}, ด้านการจัดการทุนชุมชน, ด้านการป้องกันรักษาความปลอดภัยและผลกระทบ ด้านการติดตามผล, ด้านการส่งเสริมการตลาด^{๑๓} ด้านการจัดการต้อนรับ, ด้านจัดการแสดง/ การละเล่นของชุมชน^{๑๔} ฯลฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับการจัดตั้งของแต่ละชุมชน รวมถึงมีการประกาศระเบียบ ข้อบังคับของคณะกรรมการฯ เพื่อสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอีกด้วย โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนได้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ประเมินผล และร่วมรับผิดชอบในสิ่งที่เกิดขึ้น โดยใช้เวที ประชาคมหมู่บ้านเป็นเครื่องมือให้ทุกคนได้ประชุม พูดคุย แลกเปลี่ยน หรือให้เกิดข้อสรุปอย่างน้อย เดือนละ ๑ ครั้ง^{๑๕} เพื่อวางแผน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน รวมทั้งมีจัดทำแผนงานโครงการ ส่งเสริมกิจกรรมหมู่บ้าน โดยแผนชุมชนของหมู่บ้าน ที่ผ่านเวทีประชาคมและร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูล ต่าง ๆ ชุมชน นำมาเป็นฐานหลักในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น นอกจากจะเป็นการร่วมทำ การร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิดโดยใช้ทั้งกำลังกาย กำลังใจ กำลังทรัพย์แล้วยังใช้หลัก ๕S^{๑๖} ในการสร้างเสน่ห์ชุมชน ประกอบด้วย

SMILE คนชุมชนเจ้าบ้านมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และมีอัธยาศัยไมตรีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว การที่ชุมชนมีความเป็นมิตร^{๑๗} รอบรู้เรื่องราวในท้องถิ่น ให้การตอบรับ ดูแลผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวให้มีความสุข ก็จะสามารถสร้างความเชื่อมั่น ความรู้สึกปลอดภัย^{๑๘} เพราะเมื่อผู้มาเยือนได้รับความมี อัธยาศัยไมตรี และเจ้าบ้านให้การตอบรับอย่างอบอุ่น ย่อมทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ^{๑๙} และ

^{๑๒} สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทร์โชติ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๓} สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๔} สัมภาษณ์ นางชนัญญา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๕} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๖} สัมภาษณ์ นางชนัญญา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๗} สัมภาษณ์ นางสาวโหมตรู จันโอภา, นักท่องเที่ยว, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๘} สัมภาษณ์ นางสาวนาถฉวีวรรณ ปาณะวิษญ์นันท์, นักท่องเที่ยว, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๙} สัมภาษณ์ นางสาวสรญา อยู่กรุง, นักท่องเที่ยว, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง^{๒๐} หรือเกิดการบอกต่อถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย^{๒๑}

STORY ชุมชนมีเรื่องราว/เรื่องเล่า ที่น่าสนใจ ถ่ายทอดโดยนักเล่าเรื่องชุมชน และของฝาก ของที่ระลึก การทำการท่องเที่ยวชุมชน สิ่งที่สำคัญ คือ กลไกการค้าแบบมีส่วนร่วม บางคนก็มีความถนัดกันคนละด้าน เดินกันไปเฉพาะทาง ดังนั้นต้องนำความหลากหลายเหล่านั้นมารวมกันเป็นหนึ่งเดียว^{๒๒} การเล่าเรื่องโดยเฉพาะชุมชนที่มีวิถีเรียบง่ายถือเป็นเรื่องยากที่จะต้องเล่าออกมาและให้คนรู้สึกสนใจ ต้องเริ่มจากคนชุมชนมั่นใจ และภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นตนเองก่อน^{๒๓} พอนักท่องเที่ยวได้สัมผัสจะเกิดความสนใจในคุณค่าของเรื่องราว และสิ่งของที่กว่าจะได้มาสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดมูลค่าในด้านจิตใจมากกว่าด้านราคา ในแต่ละชุมชนจึงมีการจัดอบรมนักเล่าเรื่องชุมชน ฝึกเทศน์ หรือฝึกเทศน์น้อย ยังมีการให้คนชุมชนเรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำไปเชื่อมโยงกับการแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว และเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวที่ดีได้อีกด้วย^{๒๔} เช่น ฝึกเทศน์น้อยของชุมชนท่องเที่ยวบ้านซบตะเคียน และบ้านวังหอยก, นักเล่าเรื่องชุมชนของบ้านท่าเตียนสามัคคีและบ้านหนองโพใต้ รวมถึงปราชญ์ชุมชนที่คอยบริการ ให้ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเวลาที่มาเยี่ยมเยือน หรือศึกษาดูงานชุมชน

SECRET ชุมชนมีความลับเล็ก ๆ ที่เป็นเสน่ห์ มีสูตรเด็ดอาหารพื้นถิ่น และวิธีการปรุงที่เป็นเสน่ห์ของชุมชน เช่น ไอศกรีมน้ำตาลสด ลอนตาลชุบแป้งทอด น้ำกะทิลอนตาล จากบ้านท่าเตียนสามัคคี, กบโอ้ ปลาบั้งดิบ ผักจ๊ับ ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของไทดำบ้านวังหอยก^{๒๕} และบ้านดงแม่นางเมือง^{๒๖} ซึ่งมีเชื้อสายไทดำเช่นกัน ส่วนบ้านหนองโตใต้จะเน้นการท่องเที่ยวทางประเพณี ความเชื่อ

^{๒๐} สัมภาษณ์ นายสมโภช วัฒนนะ, นักท่องเที่ยว, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๒๑} สัมภาษณ์ นายจำรูญ บุญจันทร์, นักท่องเที่ยว, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๒๒} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๒๓} สัมภาษณ์ นางสาวนงเยาว์ เห่งใจ, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๒๔} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, ฝึกเทศน์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๒๕} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๒๖} สัมภาษณ์ นายณรงค์ พันธุ์เขียน, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๑๐ บ้านดงแม่นางเมืองบ้านดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

เช่น การละเล่นกลองยาว หรือแหล่งเรียนรู้งานหัตถกรรม การแสดงโขนของบ้านกันเพ็ชรบ้านละคร^{๒๗} ทางด้านบ้านชั้บตะเคียนจะเน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสร้างกิจกรรมขึ้นใหม่^{๒๘} มากกว่าการเน้นเรื่องวิถีชีวิต ความเป็นอยู่นักท่องเที่ยว และมีกิจกรรมน่าทำ น่าชื่นชม เช่น บ้านหนองโพใต้ เน้นการท่องเที่ยวบ้าน (ผลิตภัณฑ์จากชุมชน, สินค้า OTOP), วัด (วัด และพิพิธภัณฑ์หลวงพ่อเดิม) และโรงเรียน (กิจกรรมการแสดงจากโรงเรียน และมัคคุเทศก์น้อยจากโรงเรียนโรงเรียนหนองโพพิทยา)^{๒๙}, บ้านดงแม่นางเมือง มีกิจกรรมการสักการะศาลพระแม่ศรีเมือง และพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณดงแม่นางเมือง^{๓๐}, บ้านชั้บตะเคียน มีกิจกรรมเมืองคาวบอย, ทุ่งปอเทือง (ตามฤดูกาล)^{๓๑}, บ้านท่าเตียนสามัคคี มีกิจกรรมการสาธิตการปอกตาล การเคี้ยวตาล การเก็บตาลผาดโผน และวิถีชีวิตคนทำตาล^{๓๒} และบ้านวังหอยก เน้นกิจกรรมการแสดงของไทยดำ เช่น การละเล่นมะกอนสี่รัก และวิถีชีวิตคนไทยดำ^{๓๓} ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ก็แตกต่างกันไปตามจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน

SPIRIT ชุมชนเจ้าของบ้านมีความพร้อมในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างน่าประทับใจ แต่ละชุมชนการท่องเที่ยวจะมีการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะ กลุ่มศึกษาดูงาน หรือนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเป็นอย่างดี ซึ่งมีการจัดเตรียมสำหรับ คาว-หวาน, การแสดง-การละเล่นอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน หรือการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่เพื่อรองรับแก่นักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัย ไมตรีจิต

^{๒๗} สัมภาษณ์ นางสาวนงเยาว์ เห่งไฉ่, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๒๘} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๒๙} สัมภาษณ์ นายณรงค์ ภัคดีสุข, นายกองค้การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๓๐} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๓๑} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๓๒} สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๓๓} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

การวิเคราะห์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเป็นการมีส่วนร่วมที่อยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนตน และประโยชน์ส่วนรวม หมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง ๕ หมู่บ้านนั้นต่างมีเป้าประสงค์คล้ายคลึงกัน คือ การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนบนฐานการจัดการแบบมีส่วนร่วมโดยยึดประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง แต่ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า การจัดการท่องเที่ยวในหลายหมู่บ้านแม้จะมีความเป็นรูปธรรมเกิดขึ้น แต่คนในชุมชนยังไม่เห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทั้งยังเกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีความทับซ้อนกับหลายหน่วยงานจึงยังเป็นการต้องย่ำถึงกระบวนการสนับสนุนที่ไม่เพียงพอ และยังขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนปัจจัยที่เหมาะสมจึงทำให้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจึงอยู่ขอบเขตที่จำกัด ดังนั้นจึงเป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของผลประโยชน์ที่ได้รับ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในระดับต่ำ (ค่าอิทธิพลรวม เท่ากับ -๐.๑๐) ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายปัจจัยแล้วยังพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการร่วมทำ (๐.๗๙**) และการร่วมรับผลประโยชน์ (๐.๖๘**) ในตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มีค่า ๒ ระดับสุดท้าย ดังนั้นแล้วการแก้ไขปัญหาในด้านนี้แต่ละหมู่บ้านมีวิธีที่แตกต่างกันออกไป เช่น บ้านชะบะเคียนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมาเปิดร้านขายของโดยไม่เสียค่าเช่า รวมทั้งการจ้างงานจากคนในชุมชนเป็นหลัก, บ้านวังหอยวกใช้วิธีการผ่านการสร้างเครือข่าย และเครือข่ายในถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นต่อรุ่น และเปิดโอกาสให้ลูกหลานทุกเพศ ทุกวัยในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการหวงแหนวัฒนธรรม ประเพณีรวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน, บ้านท่าเตียนสามัคคี ใช้การกระจายรายได้และการเป็นจุดเรียนรู้ชุมชนบนพื้นฐานศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ประกอบด้วย การร่วมทำ การร่วมรับผลประโยชน์ การร่วมวางแผน และการร่วมคิดซึ่งในแต่ละชุมชนท่องเที่ยวก็มีรูปแบบของการมีส่วนร่วมที่คล้ายคลึงโดยอาศัยความร่วมมือของคนชุมชนผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา และอาศัยความร่วมมือจากชุมชน หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นในการอำนวยความสะดวก และสนับสนุนความช่วยเหลือเพิ่มเติม นอกจากความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากชุมชนแล้ว ยังมีการร่วมกันคิดวางแผน และร่วมทำในการสร้างเสน่ห์ให้เกิดขึ้นชุมชน คือ ๕S ประกอบด้วย SMILE, STORY, SECREAT, SURPRISE และ SPIRIT เพื่อให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน

ตารางที่ ๔.๑๐ ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการมีส่วนร่วม

ประเด็น ที่	ประเด็น	ปริมาณ	
		ความถี่	รูป/คนที่ให้ข้อมูลสำคัญ
๑.	ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์	๙	๑๒, ๑๓, ๑๐, ๓, ๘, ๖, ๑๙, ๒๐, ๒๑
๒.	ร่วมวางแผน และร่วมคิด	๕	๕, ๑๓, ๑๑, ๑๒, ๘
๓.	๕S การสร้างเสน่ห์ชุมชน	๑๖	๑๒, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗, ๕, ๗, ๑๖, ๑๔, ๙, ๘, ๓, ๑๘, ๖, ๑

๔.๓.๒ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR)

ความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ส่งผลให้เกิดการวิเคราะห์จุดเด่น และเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่แตกต่างกันไป

บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ มีความโดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรม มีทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ๘ วิถีวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชน ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างจุดเด่นทางการท่องเที่ยวได้

บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง มีความโดดเด่นในเรื่องของวิถีชีวิตชุมชน คนทำตาล เป็นวิธีการทำตาลของคนชุมชน ในการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับการทำตาล ปั่นต้นตาลเพื่อเก็บน้ำตาลในช่วงเช้า ปั่นเก็บหลายตาลเพื่อเอาลูกตาล การทำน้ำตาลปึก การทำน้ำตาลสด และวิธีการฉะลอนตาลแบบถูกวิธี

บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน มีความโดดเด่นในเรื่องของความเชื่อ ความศรัทธาในพระอริยสงฆ์ที่มีชื่อเสียง คือ หลวงพ่อเดิม พุทธสโร ซึ่งเป็นอดีตเจ้าอาวาสวัดหนองโพ ดังนั้นวัดจึงเป็นจุดเด่นของชุมชนในการสร้างความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

บ้านซับตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า มีความโดดเด่นในเรื่องของธรรมชาติที่สวยงาม ผนวกกับการสร้างจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ คือ การจัด

กิจกรรมคาบอโยไนท์ รวมถึงการมีแนวคิดที่จะสร้างวงรอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมทดแทนในช่วงที่ไม่สามารถการปลูกพอเทืองได้

บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัยมีความโดดเด่นในเรื่องราวประวัติศาสตร์ เมืองโบราณสมัยทวารวดีที่มีความเจริญรุ่งเรืองมากกว่า ๑,๕๐๐ ปี และยังคงมีร่องรอย และเรื่องเล่าสร้างเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

ดังนั้นแล้วสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจและพื้นที่ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้นเป็นอย่างดี เมื่อชุมชนเริ่มมีการจัดการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้นทักษะ ความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม การต้อนรับที่ดี นอกจากทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อชุมชน การต้อนรับเป็นกิจกรรมที่สร้างความเป็นมิตร อบอุ่นใจ การให้ความสะดวกสบาย การให้ข้อมูลข่าวสาร การปฏิบัติตามคำร้องของชุมชนต้องแสดงออกถึงความสนใจและการให้ความสำคัญ การกระตือรือร้นในการรับฟังหรือตอบข้อซักถาม ยิ้ม ทักทาย แสดงความรู้สึกที่ดี และจริงใจ ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม^{๓๔} รวมถึงการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ใจเย็น และยิ้มแย้มแจ่มใส^{๓๕} การปฏิบัติตนไม่ว่าจะเป็นทางกาย วาจา และใจจะต้องสอดคล้องผสมผสานกันเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ ความพอใจของผู้มาติดต่อ หรือลูกค้า ความประทับใจในการต้อนรับจะทำให้เป็นที่กล่าวขวัญในทางที่ดี และกลับมาเยี่ยมเยือนชุมชนอีกครั้ง^{๓๖}

นอกจากนั้นนอกจากที่กล่าวมาแล้วยังต้องมีทัศนคติที่ดี^{๓๗} ในการเป็นเจ้าบ้านหรือเป็นเจ้าของชุมชนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองมีความสุขในการทำงานมองโลกในแง่ดีตระหนักถึงความสำคัญของการต้อนรับ ย่อมนำมาซึ่งความภาคภูมิใจ เกิดความสุข และรักในสิ่งที่ทำอีกด้วย

^{๓๔} สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดงพญา จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๓๕} สัมภาษณ์ นางสาวภาวิ พงษ์จตุรา, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๓๖} สัมภาษณ์ นางชนันษา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดงพญา จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๓๗} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอดงพญา จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

๑) สิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการแสดงถึงศักยภาพในการให้บริการท่องเที่ยว ยังส่งผลต่อภาพพจน์ของชุมชนท่องเที่ยวอีกด้วย เพราะนอกจากคุณค่า ความงดงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวแล้ว ความสะดวกสบายและการบริการที่ประทับใจจากสิ่งอำนวยความสะดวกยังเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวได้อีกด้วย ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีลักษณะของบ้านพักในหมู่บ้าน (Home Stay) หรือการพักแรมในที่ที่ชุมชนจัดให้ เช่นที่บ้านวังหอยกจะมีการจัดเรือนพักในศูนย์วัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นหมู่คณะที่มาศึกษาดูงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย^{๓๘} หรือบ้านพักในหมู่บ้าน (Home Stay) ของบ้านท่าเตียนสามัคคีที่มีอัตราค่าพักแรมรวมอาหารเช้า ราคา ๕๐๐-๖๐๐ บาท จำนวน ๕ หลัง (นางบังอร เหมมินทร์, นางสมทรง จำอยู่, นางสมพิศ ปู้กัน, นางสาวเรียง ปู้กัน และนายบัวลอย พิณีกิจ) มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีจุดรับนักท่องเที่ยวและที่จอดรถ^{๓๙} และยังมีเรือนพักตากอากาศ (Resort) ของเอกชนในพื้นที่ใกล้เคียงในอัตรา ๔๕๐-๖๐๐ บาท^{๔๐} โดยบ้านวังหอยก และบ้านท่าเตียนสามัคคีนั้นโดดเด่นในเรื่องของการศึกษาวิถีชีวิต และวัฒนธรรมจึงมีผู้ที่สนใจมาศึกษาดูงาน และพักแรม ขณะเดียวกันบ้านซบตะเคียน บ้านหนองโพใต้ และบ้านดงแม่ปางเมืองจะเป็นลักษณะของการมาเยี่ยมชมเยื่อนมากกว่าการมาพักแรม

ด้านอาหารชุมชนจะเป็นผู้จัดหาอาหารพื้นถิ่นเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีพักแรม เช่น ต้มยำแม่น้ำยม, ต้มปลาร้าหัวตาล, ขนมหาล, ผัดกุ้งยอดตาล/ยอดมะพร้าว ยำลอนตาลอ่อน และ

^{๓๘} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๓๙} สัมภาษณ์ นางชนันษา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๔๐} สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

ไอศกรีมน้ำตาลสดของบ้านท่าเตียนสามัคคี^{๔๑} กบโอบ ปลาบั้งดิบ ผักจู้บ มะนาวโห่เชื่อมซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของไทดำบ้านวังหอยก^{๔๒} และบ้านดงแม่นางเมือง^{๔๓}

การเดินทางมายังชุมชนท่องเที่ยว มีถนนหนทางที่สะดวก และเชื่อมโยงทั่วทั้งจังหวัดสามารถเดินทางโดยรถยนต์ได้สะดวก โดยเฉพาะบ้านหนองโพใต้ที่สามารถเดินทางโดยรถยนต์ได้อีกเส้นทางหนึ่งด้วย^{๔๔} ขณะเดียวการสร้างจุดต่างของบ้านท่าเตียนสามัคคี นอกจากจะสามารถเดินทางโดยรถยนต์แล้ว หากมีการเดินทางเป็นหมู่คณะยังสามารถนำรถมาจอดไว้วัดเกษไชย และทางชุมชนจะนำรถที่ใช้เฉพาะในพื้นที่ (รถอีเก้ง) ออกมารับเพื่อเดินทางชมธรรมชาติผ่านหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านปากคลองหมู่ ๕ เพื่อมายังบ้านหนองตอ หรือบ้านท่าเตียนสามัคคีได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อการท่องเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียงอีกด้วย เพื่อเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แต่ละชุมชนก็จัดให้มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวไว้เพื่อบริการด้านข้อมูล ข่าวสารอันเป็นประโยชน์แก่การท่องเที่ยวอีกด้วย

๒) กิจกรรม

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนจะเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชนแบบมีส่วนร่วมโดยการรวมกันเป็นกลุ่ม คณะกรรมการบริหารในการจัดการบริหารแก่นักท่องเที่ยวที่จะมาสัมผัสวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในการจัดการ การบริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงเอกลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการในด้าน ร่วมคิดวางแผน ร่วมทำกิจกรรม ร่วมดำเนินการ และร่วมรับประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชน ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่การท่องเที่ยว

^{๔๑} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอดงหลวง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๔๒} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๔๓} สัมภาษณ์ นายบุญธรรม แก้วเกตุ, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๔๔} สัมภาษณ์ นายณรงค์ ภัคดีสุข, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอดงหลวง จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ ได้จัดให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จาก ๘ วิถีวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชน ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่น และยังมีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม และสร้างเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือความงามที่สามารถสร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาอีก เช่น การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับภาษาถิ่นไทดำ การแต่งกาย การแสดง การละเล่นโยนลูกมะกอน สู้รัก การชิมอาหารพื้นบ้าน อุปกรณ์เครื่องจักสานที่ใช้ในการทำมาหากิน และการสักการะหลวงพ่อสุทธิ วัดเกาะแก้วอันเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชุมชนให้ความเคารพศรัทธา^{๔๕} โดยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนได้จัดขึ้นนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของการดูแลเสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ยิ้ม อิ่ม สุข สนุกสนานร่วมกัน ทั้งยังคาดหวังให้เกิดการอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไปอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีประเพณีร่วมจำไทดำ “ตำนาน” “การแข่งขันตำนาน” ในเดือนสิงหาคมของทุกปี

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง ได้จัดให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนโดยบ้านท่าเตียนสามัคคี มีพื้นที่เป็นที่ราบ น้ำท่วมบ่อย จึงมีต้นตาลเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและการปลูกเสริมจำนวนมาก มีวัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนานเกี่ยวกับวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับอาชีพทำตาล การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเป็นลักษณะของการเข้ามาอยู่ร่วมกับชาวบ้านเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนทำตาล นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่จัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การแข่งเรือชุมชน, การจัดงาน “วิถีชุมชน คนทำตาล หนองตอ”, งาน “อวดดี วิถีชุมชนคนทำตาล”^{๔๖} รวมถึงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลเป็นอาหาร และของที่ระลึก

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านศาสนา บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากฟ้า เป็นชุมชนชาวพุทธที่มีความใกล้ชิดกับวัดหนองโพอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมในระดับสากล มีความเข้มแข็งและสามารถจัดการท่องเที่ยวโดยอาศัยศรัทธาจากประชาชนในการดึงดูดความสนใจจึงทำให้ชุมชนที่ใกล้เคียงกับวัดสามารถที่จะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ด้วยเช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนจะไม่ได้เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน กิจกรรมที่จัดขึ้นจึงเป็นการร่วมกับวัดหนองโพเป็นกิจกรรมตามวงจรการท่องเที่ยว

^{๔๕} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๔๖} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ฐระพันธ์, นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

ของวัดมากกว่าการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชุมชนบ้านหนองโพใต้^{๔๗} เช่น งานปิดทองหลวงพ่อดิม เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี, การจัดตลาดหินน้ำ-หนองโพ เพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน ชมเสน่ห์ทางวัฒนธรรม งานเครื่องโขนละคร ผ้าทอ เครื่องจักสาน ชิมอาหารสืบสานวิถี ชะภาพ แชร่ทุกอารมณ์ ชมพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อดิม

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ บ้านซับตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า ได้จัดให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดขึ้น เพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีความจำเพาะกับฤดูกาลเพาะปลูกพอเพียงที่มีจำกัด ดังนั้นกิจกรรมเสริมจึงมาจากการประชุมของคณะกรรมการ เครือข่าย ชุมชน และภาครัฐในการสร้างเรื่องราวให้เกิดขึ้น เช่น การจัดงานปั่นจักรยาน ชมทุ่งปอเทือง, งาน TAKFA COWBOY RUN ๒๐๑๘^{๔๘}

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย ได้จัดให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดขึ้น เนื่องจากบ้านดงแม่นางเมืองได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของกรมศิลปากร จึงทำให้การสร้างสิ่งปลูกสร้างเพื่อสร้างจุดเด่น หรืออาคารต่าง ๆ ก็มีข้อจำกัดทางกฎหมาย^{๔๙} จึงส่งผลต่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยในหลายด้าน ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นจึงเป็นกิจกรรมทางประเพณี และความเชื่อชุมชน เช่น เทศกาลงานวันสงกรานต์ สรงน้ำพระ และสร้างน้ำเจ้าแม่ศรีเมือง ในเดือนเมษายน และงานวันบวงสรวงเจ้าแม่ดงแม่นางเมืองในวันที่ ๑๒ มิถุนายนของทุกปี

๓) สิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้น ๆ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ การผสมผสานกันของทรัพยากรธรรมชาติสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าสนใจ ดังนั้นการที่จะรักษาสถานภาพของความต้องการของนักท่องเที่ยวเอาไว้ให้นานที่สุด ก็ต้องมีการวางแผนอย่างเหมาะสม และต้องมีการบำรุงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของธรรมชาติที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทั้งนี้สิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากการที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม

^{๔๗} สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทร์โชติ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๔๘} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๔๙} สัมภาษณ์ นายบุญธรรม แก้วเกตุ, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

สังคม เทศกาล งานประเพณีแต่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีการสืบทอดภูมิปัญญา อุปกรณ์เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความคิดสร้างสรรค์ องค์กรความรู้ท้องถิ่น และมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวที่อาจเกิดจากการปรุงแต่งบนพื้นฐานของทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น การปลูกปอเทือง หรือการปรับเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างวงรอบทางการท่องเที่ยวของบ้านซบตะเคียนก็ยังคงกลิ่นอายที่มีเสน่ห์น่าค้นหาเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการอากาศสดชื่น บริสุทธิ์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายความตึงเครียดจากการทำงานหรือใช้เวลากับครอบครัว^{๕๐} แต่หากนักท่องเที่ยวต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนก็สามารถท่องเที่ยวในวิถีชุมชนคนทำตาล ที่มีต้นตาลอายุกว่า ๑๐๐ ปี เป็นจำนวนมากเพื่อเชิญชวนให้เข้ามาสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนชุมชนที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นในปัจจุบันที่บ้านท่าเตียนสามัคคี^{๕๑} หากชื่นชอบความเป็นอยู่ของชนชาติพันธุ์ที่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การนุ่งห่มด้วยผ้าสีด้า เครื่องนอนสีด้า การแสดง การละเล่น ภาษา เครื่องใช้จากภูมิปัญญาที่ยังคงคุณค่าและหาชมได้ยากจากบ้านวังหอยก^{๕๒} แต่หากนักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในเรื่องของเรื่องเล่า ตำนานที่ยังคงมนต์ขลัง ความรุ่งเรืองในครั้งอดีตสมัยกว่า ๒,๐๐๐ ปีของเมืองธานบุรี หรือโบราณสถานดงแม่นางเมืองที่ชุมชนยังคงอนุรักษ์ รักษาไว้ให้เป็นสมบัติของลูกหลานเกิดความซาบซึ้ง และภาคภูมิใจได้ที่บ้านดงแม่นางเมือง^{๕๓} และสุดท้ายด้วยศรัทธา ความเชื่อ ความเคารพในหลวงพ่อเดิม พระอริยสงฆ์แห่งบ้านหนองโพ ผู้มีตบะบารมีแก่กล้า มากด้วยอิทธิคุณและบุญฤทธิ์ พระผู้มากด้วยเมตตาธรรมที่วัดหนองโพ และพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อเดิมบ้านหนองโพใต้ จังหวัดนครสวรรค์^{๕๔}

^{๕๐} สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๕๑} สัมภาษณ์ นางชนิษฐา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๕๒} สัมภาษณ์ นางสาวปภาวี พงษ์จตุรา, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๕๓} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๕๔} สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทรโชติ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

๔) พื้นที่

ศักยภาพของชุมชน ต้นทุนด้านธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ต้นทุนด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาในพื้นที่ท่องเที่ยวบ้านวังหอย หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง, บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้, บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ, บ้านซับตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ และบ้านดงแม่บางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง ล้วนมีความโดดเด่น และความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว แต่การสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนาในการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ในบริบทที่มีความหลากหลายให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลายเป็นสิ่งจำเป็น พื้นที่ที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งยังต้องมีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และไว้วางใจให้นักท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วการจัดการด้านพื้นที่ถือว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ชุมชนเป็นที่สนใจ การดูแล ปรับปรุง รักษา และสร้างขึ้นล้นเป็นกระบวนการที่ชุมชน คณะกรรมการจำเป็นต้องมีการประชุม ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมทำ^{๕๕} เพื่อให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน การจัดทำข้อบังคับ ข้อตกลงชุมชนกับนักท่องเที่ยวรวมถึงการปฏิบัติตามเพื่อให้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวตกอยู่กับคนชุมชน^{๕๖} เช่น การจัดปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสม สะอาด, มีจุดถ่ายภาพ (Land Mark) ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน^{๕๗}, การจัดทำมีแผนธุรกิจชุมชน และมีการดำเนินการตามแผน^{๕๘} เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของคนชุมชน

การวิเคราะห์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นชุดกิจกรรมที่หมู่บ้านท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน โดยในการจัดการด้านนี้ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และพื้นที่ล้วนมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับผลของการวิจัยในเชิงปริมาณ แม้จะแสดงให้เห็นว่าด้านทรัพยากรธรรมชาติยังมีค่าอิทธิพลใน ๒ ระดับสุดท้าย (๐.๐๒) แต่ในค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละปัจจัยอยู่ในค่าเฉลี่ยที่

^{๕๕} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ฐระพันธ์, นายอำเภอเก่าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๕๖} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอย ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๕๗} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอย ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๕๘} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

ใกล้เคียงกัน ระหว่าง ๐.๘๘** - ๑.๐๒ ดังนั้นแล้วในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นไปในลักษณะของการจัดการแบบองค์รวม เช่น บ้านวังหวนกามีสิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ประเพณีของชาวไทดำที่สืบทอดต่อกันมายาวนานแม้จะสามารถดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง แต่ก็ไม่สามารถที่จะก่อให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำได้ จึงได้มีการจัดกิจกรรม จัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ตกแต่งสถานที่ จำลองบ้านไทดำและเครื่องมือ เครื่องใช้ในอดีตเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาแลกเปลี่ยน เรียนรู้, บ้านซับตะเคียนใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น และสร้างสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจ เช่น เมืองควาบอย หลักกิโลฯ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน บ้านท่าเตียนสามัคคีจัดกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตคนทำตาล ๓ ชั่วโมง จัดกิจกรรมปีนตาลผาดโผน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวปกตลแบบบุญวิถี เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นการนำเสนอการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยว **ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก** เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว **ด้านกิจกรรม** การท่องเที่ยวมิได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา **ด้าน สิ่งดึงดูดใจ** ต้องมีลักษณะความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และมีคุณค่าทางจิตใจ ทั้งจากสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น หรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ **ด้านพื้นที่** มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา ชุตชมมีการจัดสรรให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ และเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่น และมีความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ **การเป็นเจ้าของที่ดี** อัยาศัยไมตรีที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองของเจ้าบ้าน ความเป็นมิตร มีความเชื่อมั่น รอบรู้เรื่องราวในท้องถิ่น ให้การต้อนรับ ดูแลผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวให้มีความสุขและรู้สึกปลอดภัยเพราะเมื่อผู้มาเยือนได้รับความมีอัยาศัยไมตรี และเจ้าบ้านให้การต้อนรับ อย่างอบอุ่น ย่อมทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

ตารางที่ ๔.๑๑ ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเด็น ที่	ประเด็น	ปริมาณ	
		ความถี่	รูป/คนที่ให้ข้อมูลสำคัญ
๑.	สิ่งอำนวยความสะดวก	๗	๕, ๑๒, ๖, ๑๖, ๑๕, ๔, ๓
๒.	กิจกรรม	๕	๑, ๒, ๑๓, ๘, ๔
๓.	สิ่งดึงดูดใจ	๔	๑๑, ๑๒, ๑๐, ๑๓
๔.	พื้นที่	๔	๒, ๕, ๑๕, ๘
๕.	การเป็นเจ้าของที่ดี	๔	๑๑, ๑๐, ๑๒, ๑๖

๔.๓.๓ ด้านการตลาด (MARK)

การตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องเป็นเครื่องมือและกระบวนการขั้นตอนที่เข้าไป “เสริมทักษะ ความสามารถชุมชน” ให้สามารถคงสภาพการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ เป็นผู้กำหนด เป็นผู้ดำเนินการ และเป็นผู้ร่วมรับประโยชน์อย่างเป็นธรรม และเป็นเวทีแห่งการเรียนรู้ในมิติ การเรียนรู้อีกด้านหนึ่งของสังคมไทย เป็นการตลาดอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ “ความยั่งยืน” ทั้ง มิติสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของเจ้าของชุมชนตัวจริง ซึ่งก็คือ ชาวบ้าน^{๕๙} “กำไร” ที่ชุมชนได้มามีความคุ้มค่า แม้ไม่ใช่ตัวเงินเหมือนการซื้อขายสินค้า หรือบริการทั่ว ๆ ไป แต่เป็นกำไรที่ยิ่งใหญ่กว่า นั่นคือภาพที่ชุมชนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีการกระจาย รายได้ภายในชุมชนอย่างทั่วถึง หนุนคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มุ่งเน้นการสร้างสมดุลของความสุขของทั้งคน ชุมชนและนักท่องเที่ยว^{๖๐} ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่า และมูลค่าของต้นทุนทรัพยากรชุมชนสู่การเป็น

^{๕๙} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอลำดวน จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๖๐} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ฐระพันธ์, นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

สินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน^{๖๑} นอกจากตัวเม็ดเงินแล้ว การตลาดอย่างยั่งยืนยังมุ่งหมายเพื่อสร้างคุณค่าของลูกค้า ยังกระตุ้นให้คนชุมชนเกิดการอนุรักษ์ และสืบทอดทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน^{๖๒} อีกด้วย

๑) ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารเป็นเส้นทางที่นำข้อมูลไปสู่กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ชุมชนท่องเที่ยว, ข้อมูลข่าวสาร, ช่องทางในการสื่อสาร และนักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวทั้ง ๕ ชุมชน อันประกอบด้วย บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์, บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง, บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี, บ้านซัดตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า และบ้านดงแม่ปางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย คณะกรรมการบริหารจัดการชุมชน และสมาชิกของชุมชนต่างก็มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินกิจกรรม และประเมินผลการดำเนินงาน ในการทำข้อมูลการวิเคราะห์ชุมชนเพื่อกำหนดจุดแข็งทางการท่องเที่ยวเพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน^{๖๓} ดังนั้นแล้วช่องทางการสื่อสารจึงแตกต่างกันไปตามความถนัด ความชำนาญของสมาชิกชุมชน^{๖๔} และการเข้ามามีส่วนร่วมของคนชุมชน ภาคประชาสังคม และหน่วยงานภาครัฐที่คอยให้การส่งเสริม และสนับสนุน^{๖๕} เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์, สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า, สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง, สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากลี, สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ, องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง, องค์การบริหารส่วนตำบลเกษไชย, องค์การบริหารส่วนตำบลท่าไม้, องค์การบริหารส่วนตำบลสุขสำราญ, องค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง เป็นต้น ในการเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และจดจำได้นั้นเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่มีในพื้นที่ สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยว

^{๖๑} สัมภาษณ์ นางชนัญญา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๖๒} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๖๓} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๖๔} สัมภาษณ์ นายณรงค์ ภักดีสุข, นายองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๖๕} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ธุระพันธ์, นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

ได้ด้วย เช่น เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ Website Facebook YouTube แฝนพับ ป้าย ประชาสัมพันธ์ภายนอกชุมชน ป้ายหมู่บ้านท่องเที่ยวบริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ทาง วิทยุชุมชนและเสียงตามสาย^{๖๖} เป็นต้น

บ้านวังหอยก บ้านท่าเตียนสามัคคี บ้านหนองโพใต้ บ้านซับตะเคียน และบ้านดง แม่นางเมืองมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด “เชิญมาเที่ยวบ้านฉัน” ได้อย่างน่าสนใจ มี และใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยว “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” ประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือกิจกรรมพิเศษ^{๖๗} ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ ทั้งใน ลักษณะ Online และ Offline การจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและเผยแพร่ การ จัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว^{๖๘} และ มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ส่งเสริมการตลาด^{๖๙}

๒) เครือข่าย

เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นช่องทางในการค้นหาแหล่งข้อมูล หรือผู้ มีประสบการณ์ รวมทั้งการประสานความร่วมมือในการเจรจา ตีรอง การประสานความร่วมมือ ระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และขยายผลการดำเนินงานหรือนำแนวคิดในการจัดการไปสู่กลุ่ม องค์กรต่าง ๆ ผ่านกระบวนการ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกัน เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการกลุ่มที่จะนำไปสู่การ เปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย เครือข่ายยังมีส่วนสำคัญในการสร้าง โอกาสในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ความเข้มแข็งของชุมชนให้เกิดอำนาจในการตีรอง เกิด กระบวนการผลักดันในระดับนโยบายได้ และยังเป็นการจัดการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยการ กำหนดที่กระบวนการ และคนอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้เครือข่ายที่มี ความเข้มแข็งจะมีส่วนช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ ชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทั้งในรูปของเครือข่ายในการกระจาย ที่หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัด

^{๖๖} สัมภาษณ์ นายปณิทัตต์ ศรีเทียนชัย, ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๖๗} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอ เมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๖๘} สัมภาษณ์ นางชนันษา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๖๙} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

นครสวรรค์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ สภาอุตสาหกรรมตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล และจังหวัดนครสวรรค์ ร่วมกับเครือข่ายภาคประชาชน เช่น สมาคมรักซ์ดงแม่นางเมือง ศูนย์วัฒนธรรมไทดำ และภาคเอกชน เช่น บริษัท ยงสุวรรณไบโอ เทรต จำกัด ในการเผยแพร่ข้อมูลสาธารณะให้กับประชาชนในวงกว้าง โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น line Facebook Youtube ทั้งในลักษณะของ Online และ Offline

เส้นทางเครือข่ายทางการท่องเที่ยวจะเป็นการสร้างเรื่องเล่าให้เกิดขึ้นกับพื้นที่ท่องเที่ยว ในรูปของเครือข่ายภาคประชาสังคม ภาครัฐดำเนินการในลักษณะเป็นชุมสายการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่าง ๆ โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันของภาคประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม เป็นเครือข่ายร่วมปฏิบัติการที่อาศัยความร่วมมือในการทำงานอย่างเข้มแข็ง และต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการร่วมกัน มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน^{๗๐} ชุมชนจึงมีบทบาทในฐานะผู้ประสานงานเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับเป้าหมายร่วมกัน^{๗๑}

การเส้นทางที่ทางการท่องเที่ยว

๑) การสร้างแผนที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอำเภอตากฟ้าของบ้านซับตะเคียน ใน ๕ จุดท่องเที่ยว คือ ไหว้พระวัดตากฟ้า พระอารามหลวง-ท่องเที่ยววน้ำตกวังน้ำวัง และวัดถ้ำพรสวรรค์ ตำบลลำพยนต์-ท่องเที่ยวทุ่งปอเทือง เมืองควบอย บ้านซับตะเคียน-ท่องเที่ยวป่าชุมชนบ้านไตรคีรี ตำบลพุนกยูง-ท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านพุ่มวง ตำบลอุดมธัญญา^{๗๒} โดยได้รับความร่วมมือทั้งจากนายอำเภอตากฟ้า, สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า, สำนักงานเกษตรอำเภอตากฟ้า, ศูนย์วิจัยพืชไร่นครสวรรค์, กองบิน ๔ ตาคลี, ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน สำนักงานป่าไม้อำเภอตากฟ้า สภาองค์กรชุมชนตำบลสุขสำราญ บริษัท ยงสุวรรณไบโอ เทรต จำกัด บริษัท สุริยะการเกษตร จำกัด และประชาชนในบ้านซับตะเคียน หมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญในการประสานความร่วมมือให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม

๒) แผนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบรรพตพิสัยของสมาคมรักซ์ดงแม่นางเมืองใน ๔ จุดท่องเที่ยวคือ วัดหนองตาว (หลวงปู่พิมพ์) -วังดงแม่นางเมือง (ชมเมืองโบราณสถาน)-

^{๗๐} สัมภาษณ์ นายยอด จินศิริวานิชย์, ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวรรณไบโอ เทรต จำกัด ภาคีเครือข่าย, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๗๑} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๗๒} สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

สวนน้ำหลากสี (แวะทานอาหาร พร้อมชมการแสดง)-ชมเขาหน่อ (ชมฝูงค้างคาวออกจากถ้ำ)^{๗๓} ตามคำขวัญอำเภอบรรพตที่ว่า “กรุงเก่าดงแม่นางเมือง ลือเลื่องฝูงค้างคาว เขาหน่อแพรวพราว สายน้ำยาวนามแม่ปิง” โดยได้รับความร่วมมือทั้งจากองค์การบริหารส่วนตำบลตาสั่ง องค์การบริหารส่วนตำบลเจริญผล สภาวัฒนธรรมอำเภอบรรพตพิสัย วัดดงแม่นางเมือง สวนน้ำหลากสี และประชาชนในพื้นที่บ้านดงแม่นางเมือง

การสร้างกิจกรรมเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยว

๑) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนคนทำตาลบ้านเกยไชย-ปากคลอง-หนองตอของบ้านท่าเตียนสามัคคี ยังมีการจัดโปรแกรม One Day Trip “วันเดียวเที่ยวชมแสง: ชมชิม ซ้อป แชะ”^{๗๔} เพื่อสร้างเส้นทาง และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เชื่อมต่อตามวิถีชุมชนคนทำตาล ในแนวคิด “ชม ชิม ซ้อป แชะ” ในอำเภอชุมแสง

๒) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอบ้านแก่ง “ถนนสายเครื่องปั้น ถนนสายวัฒนธรรมไทย ตำบลบ้านแก่ง” เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมมอญ ไทดำ และชาวไทยที่ร่วมกันจัดการโดยได้รับความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง^{๗๕} สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์ นายอำเภอเมืองนครสวรรค์ โรงเรียนบ้านแก่งรัชชวลิตวิทยา และชาวบ้านมอญ

๓) เครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชาวไทดำ “แซ่ไต ฟีน้องไททรงดำ เมืองแกลง ประเทศเวียดนาม ฟีน้องไทดำแขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว”, งาน “ขึ้นเฮือนเหมียว”, “งานเปิดช่วงอันคอนฟ่อนแคนไทยทรงดำ” และงาน “สืบสานวัฒนธรรมไทดำ” ในเดือนเมษายนของทุกปี^{๗๖} ของบ้านวังหอยก

๓) การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ของชุมชน กับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ถือได้ว่ามีบทบาทและมีความสำคัญยิ่ง จำเป็นจะต้องทำการ

^{๗๓} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสั่ง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๗๔} สัมภาษณ์ นางชนันฎา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๗๕} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๗๖} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

ติดต่อสื่อสารกับประชาชนโดยมุ่งหวังให้เกิดการสร้างเสริมสัมพันธ์ภาพอันดี ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดีต่อกันทั้งชุมชน ประชาชน ภาครัฐ และนักท่องเที่ยว ยังเป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย กระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีต่อกัน เป็นการตลาดผ่านการจัดกิจกรรม การให้ข่าว การแถลงข่าว และการจัดกิจกรรมพิเศษที่ประสบความสำเร็จจะช่วยสร้างการรู้จักแบรนด์ของชุมชน หรือการพัฒนาสินค้าในนามชุมชน^{๗๗} และสร้างความประทับใจต่อชุมชนทางการท่องเที่ยวได้ในระยะยาว

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของชุมชนจะเน้นให้ความสำคัญกับการบอกต่อ^{๗๘} มากขึ้น เพราะการบอกเล่าปากต่อปากจะช่วยลดความรู้สึกต่อต้านการโฆษณา นอกจากนี้ยังผู้บอกต่อสนิทสนมกับผู้ที่ได้รับการบอกเล่าปากต่อปากมากเท่าใด น้ำหนักของความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าและบริการก็จะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น เพราะความเชื่อถือได้ เนื่องจากบุคคลที่บอกต่อนั้นเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยอยู่แล้ว จึงเกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือได้ก็มีความเป็นส่วนตัว การบอกต่อเป็นการโต้ตอบกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวแบบซึ่งหน้า ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและประสบการณ์โดยตรงของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแล้วชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อแบบปากต่อปาก การบอกต่อผ่านระบบออนไลน์^{๗๙} เช่น เครือข่ายสังคม Facebook LINE เว็บไซต์ YouTube ก็จะเป็นการเริ่มต้นในการกระตุ้นเป้าหมายให้เกิดการบอกต่อ หรือจุดประกายให้คนที่สนใจมาท่องเที่ยว รวมถึงการจัดให้มีการศึกษาดูงานในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว^{๘๐} และการไปศึกษาดูงานในพื้นที่ชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ ก็เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ประสบผลสำเร็จอีกทางหนึ่งด้วยเพราะจะทำให้คนส่วนใหญ่หรือนักท่องเที่ยวได้คุ้นชินกับชื่อ/แบรนด์ของชุมชนท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย

การวิเคราะห์ ด้านการตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง ๕ หมู่บ้านนั้นเป็นการตลาดแบบอิงสังคม มากกว่าการตลาดเชิงเน้นผลกำไรเป็นหลัก โดยใช้ทั้งสื่อออนไลน์ ออฟไลน์ การตลาดแบบบอกต่อจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถือว่าเป็น

^{๗๗} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๗๘} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๗๙} สัมภาษณ์ นายปณณทัตต์ ศรีเทียนชัย, ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๘๐} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่งอำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

รูปแบบการตลาดที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถแพร่หลายในวงกว้างมากเท่าไร จากผลการวิจัยเชิงปริมาณได้แสดงค่าอิทธิพลรวมไปยังการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในระดับสูง (๐.๙๔**) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบรายปัจจัยอยู่ระหว่าง ๐.๘๕**-๐.๙๓** ซึ่งสอดคล้องกับสภาพเชิงพื้นที่ที่ให้ความสำคัญกับด้านการตลาดเป็นหลัก เช่น บ้านหนองโพที่เน้นการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายของวัดหนองโพอันเป็นสื่อออนไลน์ที่มีสมาชิกเป็นจำนวนมาก และยังมีกิจกรรมตัวกันอย่างเข้มข้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมของวัดหนองโพบ้านซัดตะเคียนเน้นการตลาดผ่านเพจ และ Facebook ในหลากหลายกลุ่ม เช่น เราชักตากฟ้า ชมรมวิ่งตากฟ้า ฯลฯ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมและกระตุ้นความสนใจจากนักท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปว่า การตลาดทางการท่องเที่ยวเป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจเพื่อที่จะตัดสินใจมาเที่ยว และกลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการตลาด คือ **ช่องทางการสื่อสาร**ที่ชุมชนในเป็นเครื่องมือในการกระจายข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือเคยมาเยี่ยมเยือนแล้วผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือกิจกรรมพิเศษ ทั้งในลักษณะ Online และ Offline การจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและเผยแพร่ การจัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว **เครือข่าย**เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างคนชุมชน ชุมชน และภาคส่วนสังคมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้ความร่วมมือ ร่วมใจกัน พร้อมทั้งสร้างแผนที่การท่องเที่ยว และเส้นทางเชื่อมโยงพื้นที่การท่องเที่ยวในตำบล หรืออำเภอใกล้เคียงกันเพื่อให้เกิดการสร้างเรื่องราวที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยว และการ**ประชาสัมพันธ์**ทางการท่องเที่ยวเป็นลักษณะของการบอกต่อผ่านประสบการณ์ของผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าการโฆษณา เน้นความเชื่อมั่น เชื่อถือ ไว้วางใจ และความประทับใจจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หรือผู้มาศึกษาดูงานให้กระจายข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว และการสร้างแบรนด์สินค้า และแบรนด์ชุมชนให้เกิดความคุ้นชินเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการตลาดทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวทั้ง ๕ ชุมชน เป็นการตลาดที่อิงสังคม เน้นกำไรที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของชุมชนในการมุ่งกระจายรายได้สู่ชุมชน ร่วมกันรักษาอัตลักษณ์และของดีชุมชน ผ่านการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและการจัดการสิ่งแวดล้อมให้อุดมสมบูรณ์ดังเดิม มากกว่ากำไรที่เป็นเม็ดเงิน

ตารางที่ ๔.๑๒ ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการตลาด

ประเด็น นที่	ประเด็น	ปริมาณ	
		ความถี่	รูป/คนที่ให้ข้อมูลสำคัญ
๑.	ช่องทางการสื่อสาร	๗	๑๖, ๓, ๒, ๑๗, ๑, ๑๒, ๘
๒.	เครือข่าย	๗	๑๔, ๘, ๑๑, ๑๘, ๑๒, ๑, ๕
๓.	การประชาสัมพันธ์	๔	๑, ๕, ๑๗, ๑๕
๔.	การตลาดอย่างยั่งยืน	๔	๑๖, ๒, ๑๒, ๕

๔.๓.๔ ด้านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA)

การบริหารจัดการเชิงพุทธเป็นความพยายามในการนำเอาหลักธรรมของพระพุทธศาสนา มาประยุกต์กับวิชาสมัยใหม่เพื่อพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างให้ดีขึ้น โดยอาจเป็น สิ่งที่ยังไม่ดีให้กลายเป็นดี หรือสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะการพัฒนาตนเอง ซึ่งอาจมองได้เป็น ๒ ทาง คือ การพัฒนาตนให้เป็นคนดี กับการพัฒนาตนให้เป็นคนเก่ง สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดย ชุมชนของบ้านวังหวน หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง, บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้, บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ, บ้านซบตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ และบ้านดงแม่ นาง เมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสังนั้นการบริหารจัดการสามารถแบ่งได้ ๓ ระดับ ดังนี้

๑) ระดับบุคคล

การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากชุมชน ในฐานะที่เป็นเจ้าบ้านทางการท่องเที่ยว นั้น สิ่งที่สำคัญกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว ก็คือทรัพยากรบุคคล หรือคนชุมชนนั่นเอง การปฏิบัติตนของ คนชุมชน แน่นนอนว่าการท่องเที่ยวนำความเจริญและผลประโยชน์มาสู่ชุมชน ในขณะเดียวกันก็ สามารถบั่นทอนทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนได้อย่างรวดเร็ว เมื่อชุมชนต้องพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว ตามใจผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อาจทำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในด้าน เศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม และสังคมวัฒนธรรม ดังนั้นแล้วคนชุมชนท่องเที่ยวจะเริ่มจากการ **เชื่อมั่นต่อสิ่ง ที่ทำ** โดยเชื่อว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะนำพาซึ่งผลประโยชน์มาตกแก่ชุมชน เชื่อมั่นใน ทุนของชุมชน เช่น ทุนทางประวัติศาสตร์ของบ้านดงแม่ นางเมือง คนบ้านดงแม่ นางเมืองก็ต้องเชื่อมั่น ในความลึกซึ้ง ในเรื่องราว ภาคภูมิใจในสิ่งที่ร่วมกันอนุรักษ์ และพร้อมที่จะนำเสนอสู่สายตา

นักท่องเที่ยวนัก^{๘๑} หรือบ้านท่าเตียนสามัคคีต้องมีความเชื่อมั่น ความรักในวิถีชีวิตความอยู่ของคนท่าตาล ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การท่าตาลต้องอาศัยความทักษะ และชำนาญ รวมทั้งการฝึกฝน ดังนั้นหากไม่ได้เกิดจากความรัก ความเชื่อ และความศรัทธาก็อาจทำให้อาชีพคนท่าตาลสูญหายไปได้^{๘๒} ความเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้บุคลากรเกิด และมีความพอใจ ในหน้าที่รับผิดชอบและปฏิบัติอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเองรัก และพอใจที่จะได้รับพัฒนาตนเอง เพื่อนำความรู้มาใช้ในหน้าที่ที่ตนกำลังปฏิบัติอยู่ ภารกิจหรือรันท้อมที่จะให้มีการพัฒนาตนเอง ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยเต็มใจที่จะทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์โดยสมัครใจ จึงเป็นหลักที่มีความสำคัญอันจะนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติในการทำงานหรือการกระทำต่อสิ่งใด ๆ ภายใต้ พื้นฐานของหลักการเหตุ และผลเพื่อมุ่งให้สิ่งนั้น ๆ ดำเนินไปสู่จุดหมาย และสำเร็จตามที่ได้ตั้งไว้ เช่น วัฒนธรรมไทดำของบ้านวังหวนกั้น เป็นทุนทางวัฒนธรรมประเพณีที่ต้องอาศัยความสร้างสรรค์ในการเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้าเยี่ยมชม การบริหารจัดการจำเป็นต้องอาศัยความวิริยะ อุตสาหะ เพราะเป็นการทำงานกับคนหมู่มาก การแสดงเพียงคนเดียวไม่สามารถที่จะดึงดูดความสนใจจาก นักท่องเที่ยวได้เท่าการแสดงเป็นหมู่คณะ ดังนั้นแล้วจำเป็นต้องอาศัยการฝึกซ้อม การแลกเปลี่ยน ความรู้ ความอดทน ความมุ่งมั่น^{๘๓} ดังนั้นแล้วหากคนชุมชนไม่มีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเทก็จะไม่สามารถประสบผลสำเร็จจากการท่องเที่ยวได้ เช่น การปลูกปอเทือง การปลูกพืชเกษตรตามแนวคิด เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างจุดเด่นทางการท่องเที่ยวของบ้านซบตะเคียนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการทำงานด้วยใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ การปลูกพืชต้องใช้ระยะเวลา และการดูแลรดน้ำ พรวนดิน ใส่ปุ๋ย ระวังโรค แมลง รวมทั้งยังต้องปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมงานควาบอยไนท์^{๘๔} เพื่อเพิ่มจุดดึงดูด ดังนั้นแล้วหากคนชุมชนไม่มีการมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย แน่วแน่มั่นคงต่องานที่รับผิดชอบ เอาใจใส่ในงานและเพื่อนร่วมงาน ก็จะไม่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมได้ และที่สำคัญเมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไข สนใจรับรู้ และรับผิดชอบต่อในงานอย่างเต็มที่แม้งานจะมีอุปสรรค ก็จะทำกาไต่รตรง

^{๘๑} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๘๒} สัมภาษณ์ นางบุญสม ภิรมย์ราช, ผู้ประกอบการ และผู้สาดิตการปกตตาลของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียน สามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอลุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๘๓} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหวน ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๘๔} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอดากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

หาข้อดี ข้อด้อย ในการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อเป็นแนวทางครั้งต่อไป คิดค้นแนวทางการปรับปรุงงาน และแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล ตรวจสอบข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา พิจารณาแผนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน คำนวณ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา เช่น สมาชิกชุมชน บ้านหนองโพได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาบุคลากร การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน^{๘๕} รวมถึงการศึกษาหาความรู้เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาเยือน^{๘๖} ดังนั้นแล้วการนำหลักอิทธิบาท ๔ มาใช้ในการประพฤติ ปฏิบัติตนของคนชุมชนจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการทำงานทั้งส่วนตัว และส่วนร่วมประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้นเพื่อเริ่มจากการทำงาน ด้วยใจที่รักในงานที่ทำ มีความภาคภูมิใจในงาน ใจจดจ่ออยู่กับงาน วิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาอันจะเป็นหนทางนำไปสู่การพัฒนาทักษะในการทำงานของตนเอง^{๘๗} เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวต่อไป

๒) ระดับผู้นำ

“เมื่อฝูงโคข้ามไปอยู่ ถ้าโคผู้นำฝูงไปคด โคเหล่านั้นย่อมไปคดทั้งหมด ในเมื่อโคผู้นำไปคด ในมนุษย์ก็เหมือนกัน ผู้ใดได้รับสมมติให้เป็นผู้นำ.....” ^{๘๘} ผู้นำชุมชนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในบริบทที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งด้าน ธรรมชาติ วัฒนธรรม โบราณสถาน วิถีชีวิต และศาสนา หลากหลายทางความคิด ความเชื่อ การขาด ความช่วยเหลือ ขาดการประสาน ขาดการรวบรวม วิเคราะห์ความเป็นชุมชน หากไม่มีผู้นำที่เข้มแข็ง การจัดการท่องเที่ยวก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นแล้วผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยว เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้อง วางแผน สั่งการดูแล และควบคุมให้คนชุมชนช่วยกันทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แล้วทุ่มเทความสามารถ และพยายามที่จะทำให้งานสำเร็จด้วยความเต็มใจ ปัจจัย

^{๘๕} สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทร์โชติ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๘๖} สัมภาษณ์ นางสาวนงเยาว์ เหวงใจัก, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอดงตาล จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๘๗} สัมภาษณ์ พระครูนิวิฐาจารย์วัฒน์, เจ้าคณะตำบลตาซัด เจ้าอาวาสวัดสังฆวิจิตร ตำบลตาซัด อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๘๘} สัมภาษณ์ พระครูนิวิฐาจารย์วัฒน์, เจ้าคณะตำบลตาซัด เจ้าอาวาสวัดสังฆวิจิตร ตำบลตาซัด อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

แรกที่สำคัญ คือ **ผู้นำวิสัยทัศน์** เช่น การจัดการท่องเที่ยวทุ่งปอเทือง-เมืองควบอยในพื้นที่ใหม่ จำต้องอาศัยทั้งร่างกาย แรงใจ ความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งภายในชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ และภาคเอกชน แต่ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้นำบ้านซบตะเคียน ทำให้จุดเด่นของทุนทางธรรมชาติในพื้นที่ก่อสร้างตัวกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย^{๘๘} นอกจากการเที่ยวชมทุ่งปอเทืองตามฤดูกาลแล้ว ยังมีการวางแผนที่จะปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมวิ่ง ปั่นจักรยานและเทศกาลควบอยไปด้วย เป็นการสร้างวงรอบทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้ตลอดทั้งปี^{๘๙} ปัจจัยต่อมา คือ **ผู้นำการจัดการดี** เช่น บ้านวังหวนนอกจากทุนด้านวัฒนธรรมแล้ว ผู้นำยังเพิ่มกิจกรรมถ่ายรูป Check in ที่สะพานรวมใจไทรดำที่สร้างขึ้นจากการร่วมมือ ร่วมใจของคนชุมชน ใช้แรงงานเครื่องจักร ไม้ไผ่ และอุปกรณ์ต่าง ๆ จากภายในชุมชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และจัดกิจกรรมทำนาอินทรีย์ แปลงผักปลอดสารพิษ และสมุนไพรพื้นบ้านที่ได้จากการร่วมลงแรงกาย แรงใจของคนชุมชน แลกเปลี่ยนกับการเป็นจุดท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านสามารถเข้ามาร่วมเก็บกินได้อย่างไม่มีค่าใช้จ่าย^{๙๐} ปัจจัยสุดท้าย คือ **ผู้นำมีมนุษยสัมพันธ์** เช่น ผู้นำชุมชนบ้านท่าเตียนสามัคคี เป็นผู้ใหญ่บ้านผู้หญิงคนเดียวชุมชนท่องเที่ยวทั้ง ๕ ชุมชน ลงมือปฏิบัติงานร่วมกับลูกบ้าน และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสงอย่างใกล้ชิด มีมนุษยสัมพันธ์ แสวงหาผู้สนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครสวรรค์ ในการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปวางจำหน่ายในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ไผ่ตม น้ำตาลสด, น้ำตาลสดบรรจุขวด รวมถึงประสานงานเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในอำเภอชุมแสงเพื่อสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยว One Day Trip “วันเดียวเที่ยวชุมแสง: ชม ชิม ซุป แชะ”^{๙๑} นอกเหนือจาก ๓ ปัจจัยข้างต้นแล้วผู้นำยังต้องมีความรับผิดชอบ ทั้งยังต้องเป็นนักคิด และนักปฏิบัติเนื่องจากผู้นำมีความใกล้ชิดกับชุมชน เป็นตัวกลางระหว่างชาวบ้านกับชุมชนดังนั้นแล้วการจะจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มต้นที่ผู้นำที่

^{๘๘} สัมภาษณ์ นายยอด จินศิริวานิชย์, ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวัฒน์ไบโอ เทรต จำกัด ภาคีเครือข่าย, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๘๙} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๙๐} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหวน ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๙๑} สัมภาษณ์ นางชนันษา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองก่อน เมื่อชาวบ้านเชื่อ ก็จะเกิดความชื่นชอบ^{๙๓} และจะนำมาซึ่งความช่วยเหลือ ร่วมแรง ร่วมใจกันทำงาน

๓) ระดับชุมชน

การที่ชุมชนจะเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้นั้น ต้องมีความเชื่อมโยงของผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บุคคลที่ประกอบอาชีพอื่นชุมชน กระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนถือเป็นจิ๊กซอว์ในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว อาหาร ที่พัก ของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งแต่ละชุมชนไม่ต้องมีครบทุกอย่าง แต่สามารถมีกระบวนการเชื่อมโยงกันเพื่อเติมเต็มการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์ร่วมกันได้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ซึ่งทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ส่งผลให้คนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันยังกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ สืบทอดวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน

ชุมชนท้องถิ่นถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษา การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การให้ความรู้ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านดงแม่ปางเมืองมีความสามัคคี เสียสละ และร่วมแรง ร่วมใจกันในการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เป็นระเบียบ มีความสวยงาม และให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย รวมถึงเรื่องระบบป้ายบอกทาง และแผนที่การท่องเที่ยว^{๙๔} (เมตตาทายกรรม) ในบทบาทของชุมชนจะต้องชี้แจงทำความเข้าใจจุดยืน ยอมรับภาระและหน้าที่ก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการท่องเที่ยวโดยจะต้องตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวทั้งในแง่บวก และแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เช่น การประชุมกำหนดข้อตกลง เปิดโอกาสให้ทุกคนชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ประเมินผล โดยใช้เวทีประชาคมของหมู่บ้านเป็นเครื่องมือให้ทุกคนได้พูดคุย ถกเถียงให้เกิดข้อสรุปเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกันของบ้านท่าเตียนสามัคคี^{๙๕} (เมตตาวชิกรรม) บนพื้นฐานของการยึดมั่น และภาคภูมิใจในวัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน การเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวจะต้องไม่ทำให้ทุนของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปโดยง่าย ทำความเข้าใจให้ตรงกันว่าการท่องเที่ยวเป็นเพียงเครื่องมือที่จะทำให้คนชุมชนได้มาร่วมกันคิด ทำงานร่วมกัน

^{๙๓} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ชูระพันธ์, นายอำเภอเก่าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๙๔} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่ปางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๙๕} สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

แก้ปัญหาาร่วมกันซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการคิด และความเข้มแข็งของชุมชนเป็นหลัก เช่น การจัดงานสืบสานวัฒนธรรมไทดำ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอันดีงาม ทั้งยังเป็นการส่งเสริม อนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมไทดำที่อาศัยอยู่กระจายในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดนครสวรรค์ และใกล้เคียง เช่น ไทดำบ้านคลองน้ำไหล คลองขลุง วังน้ำ วังแฉมจังหวัดกำแพงเพชร ไทดำบ้านวังมหากร อำเภอท่าตะโก ไทดำบ้านไผ่สิงห์ คลองขอม ไทดำตำบลมะมั่ง อำเภอชุมแสง จะจัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ทุก ๆ ปี บนพื้นฐานของความปรารถนาดี รักใคร่กลมเกลียวต่อกัน ด้วยความเป็นเครือญาติ และเครือข่ายทางวัฒนธรรมร่วมกัน^{๙๖} (เมตตามโนกรรม) ผลตอบแทนที่ได้จะเป็นเรื่องรองหรือรายได้เสริม ชุมชนต้องสร้างให้เกิดความยุติธรรมและกระจายรายได้ให้ทั่วถึงมากที่สุดเพราะอาจนำมาซึ่งความขัดแย้งและแตกแยกในเรื่องผลประโยชน์ เช่น การจัดการท่องเที่ยวของบ้านท่าเตียนสามัคคี ที่มีการกระจายหน้าที่ตามความชำนาญ และศักยภาพของคนชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยียนคณะทำงานจัดการต้อนรับ ก็จะจัดให้ชาวบ้านที่มีรถอีเก็งออกมารับนักท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ แวะเยี่ยมชมบ้านปากคลอง หมู่ ๕ เพื่อถ่ายรูปที่จุดแวะพักในคอนเซปต์ “ทุ่งนาที่สวยงามที่สุดในปฐพี” เยี่ยมชมที่จุดเรียนรู้ที่ ๑ การปีนต้นตาล และการเก็บน้ำตาลโตนด กับนายสมพร เหมมินทร์ จุดเรียนรู้ที่ ๒ วิถีชีวิตการทำตาล (การเคี้ยวตาล/หยอดตาล) ที่บ้านนางภริตา เหมมินทร์ จุดเรียนรู้ที่ ๓ การทำไอศกรีมน้ำตาลสด ที่บ้านนางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์ และจุดเรียนรู้ที่ ๔ การฉะลอนตาล ที่บ้านนางบุญส่ง ปู่กัน^{๙๗} เน้นการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และยึดโยงกับประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง (สาธารณโภคี) กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ชุมชนกำหนดขึ้นจะต้องเคารพในกฎเกณฑ์อันดีงามของชุมชน สังคม และเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เช่น การมีเป้าหมายและแนวทางเดียวกัน ร่วมกันสร้างภูมิตกาศเพื่อประสิทธิภาพในการพัฒนาชุมชน สร้างจิตสำนึกในการเคารพภูมิตกาศเพื่อหวังประโยชน์ของชุมชน มีการปรับใจเข้าหากันมองทุกอย่างด้วยเมตตาของบ้านวังหอยก การสืบสานกิจกรรมต่าง ๆ อันเกิดจากข้อตกลงของชุมชน นอกจากผู้หลักผู้ใหญ่ ผู้เฒ่าผู้แก่จะปฏิบัติตามแล้วยังอบรม สั่งสอนให้รุ่นลูก รุ่นหลานเคารพ และปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจในเป้าหมายเดียวกัน คือ การสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ให้สืบทอดต่อไปจากรุ่นสู่รุ่นอีกด้วย^{๙๘} (ศีลสามัญญตา) ยังต้องมีการมุ่งเน้นการจัดการที่ดี เหมาะสมสำหรับ

^{๙๖} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๙๗} สัมภาษณ์ นางชนันษา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๙๘} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

ความมีคุณค่าในตัวเองของชุมชน บางครั้งชุมชนมุ่งจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกแต่ลืมคำนึงถึงสภาพการดูแลรักษาธรรมชาติ และวัฒนธรรม เช่น บ้านหนองโพใต้ซึ่งเป็นชุมชนที่ใกล้ชิดกับวัดหนองโพ ได้การสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับวัดด้วยหลักพุทธสันติวิธี มีความเป็นเอกภาพ ด้วยกัน คือ การปรับทัศนคติของชุมชนในการหวงแหนวัดเป็นสมบัติของชุมชนที่ทุกคนจะต้องร่วมกันบำรุงดูแลรักษา และอนุรักษ์ บนพื้นฐานของความมีเหตุผลและรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นมากขึ้น^{๙๙} รวมถึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการ และการบริการที่มีขีดจำกัด มิฉะนั้นจะส่งผลกระทบต่อทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมถึงจะต้องร่วมกันวางแผนรองรับการพัฒนา และป้องกันผลกระทบทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งอาจจะพัฒนาไปสู่การเป็นแผนปฏิบัติการแผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท หรือแผนปฏิบัติการ ในที่สุด (ทฤษฎีสถาปัตยกรรม) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหลักสาราณียธรรม ๖ เป็นธรรมวิธีที่สามารถนำมาใช้ในการอยู่ร่วมกันให้เกิดความรัก ความสามัคคีความเห็นอก เห็นใจซึ่งกันและกันและพร้อมที่จะให้อภัยกัน แสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์^{๑๐๐} แนะนำตักเตือนกันด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพแสดงความเคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง ตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน แบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเท่าเทียม มีความประพฤติสุจริตดีงามรักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม เคารพ รับฟังความคิดเห็นกัน และมีความเห็นชอบร่วมกัน

ตารางที่ ๔.๑๓ ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการบริหารจัดการ

ประเด็น ที่	ประเด็น	ปริมาณ	
		ความถี่	รูป/คนที่ให้ข้อมูลสำคัญ
๑.	อิทธิบาท ๔ / ระดับบุคคล	๗	๑๘, ๒, ๑๕, ๘, ๑๓, ๗, ๒๒
๒.	หุติยปาปณิกสูตร / ระดับผู้นำ	๖	๒๒, ๑๔, ๘, ๕, ๑๒, ๒
๓.	สาราณียธรรม ๖ / ระดับชุมชน	๖	๑๘, ๖, ๕, ๑๒, ๑๕, ๗

^{๙๙} สัมภาษณ์ นางสาวนงเยาว์ เห่งไฉ็ก, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๐๐} สัมภาษณ์ พระครูนิริฐอจารย์วัฒน์, เจ้าคณะตำบลตาคลี เจ้าอาวาสวัดสังฆวิจิตร ตำบลตาคลี อำเภอพรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

๔.๓.๕ ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ให้เกิดการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างจิตสำนึกให้กับคนชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ร่วมกันรักษาสมดุลของระบบนิเวศของชุมชน ผ่านการสร้างกระบวนการกลุ่มให้มาร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เมื่อเกิดการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว แหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย และกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ ส่วนการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเน้นองค์ประกอบ ๔ ด้าน คือ ๑) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีทุนทางทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีวิธีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติรวมถึงมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ๒) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกันมีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลายรวมถึงชุมชนต้องรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการท่องเที่ยว ๓) การจัดการชุมชน มีกฎ กติกา องค์กร หรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวม มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และ ๔) ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน ดังนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับมอบความรู้สึกที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการลงมือปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนข้อมูล วัฒนธรรม ประสบการณ์ เกิดความผูกพันระหว่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างใกล้ชิดระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนชุมชนอย่างแท้จริง เพราะ “เมื่อได้ยิน ก็จะลืม เมื่อเห็น ก็จะจำได้ แต่เมื่อลงมือทำ ก็จะเข้าใจ”

1) การจัดการท่องเที่ยวของบ้านวังหอยก

บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ เป็นชนเผ่าไทดำมีพื้นที่มาจากประเทศลาวมีวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกาย อาหารพื้นบ้าน ยังคงรักษาประเพณีของไทดำเอาไว้ โดยในหมู่บ้านมีศูนย์วัฒนธรรมไทดำ และบ้านจำลองไทดำเป็นสถานที่ศูนย์รวมจิตใจ การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านวังหอยกตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพต่อเอกลักษณ์ของสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ภายใต้สโลแกนชุมชน คือ “ไทดำ คือ อัตลักษณ์ พุ่มพืกวัฒนธรรม เลิศล้ำประเพณี วิถีความร่วมมือ ถิ่นนี้ คือ บ้านวังหอยก” และได้ดำเนินกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้คนชุมชนมีรายได้เพิ่มโดยการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเป็นแผนพัฒนาโดยแยกเป็นด้านครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม/วัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้ชุมชนมีรายได้

เพิ่ม จากการดำเนินกิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ที่ทำให้คนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น^{๑๐๑}

๑.๑) การบริหารจัดการชุมชน

บ้านวังหวนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว จัดทำข้อตกลงร่วมกันในการบริหารจัดการชุมชน ประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวบ้านวังหวน เพื่อให้ทุกคนได้ทราบบทบาทหน้าที่ จัดทำแผนงานโครงการส่งเสริมกิจกรรมหมู่บ้าน โดยแผนชุมชนของหมู่บ้านที่ผ่านเวทีประชาคมและร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ชุมชน นำมาเป็นฐานหลักในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีแผนธุรกิจชุมชน และมีการดำเนินการตามแผนเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน ผู้แทนกลุ่ม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว มีการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการพัฒนาทุก ๆ ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่บริการ ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ด้านการตลาด ด้านบริการนักท่องเที่ยว ด้านพัฒนาสภาพแวดล้อม และมีการประสานภาคีการพัฒนาสนับสนุนการขับเคลื่อนกิจกรรมตามแผนการพัฒนาธุรกิจชุมชนท่องเที่ยว

บ้านวังหวนยังมีการจัดทำข้อมูลของชุมชน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของชุมชน ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลด้านภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ และสินค้าชุมชน จัดแสดงไว้ภายในศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหวนเพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมแหล่งบริการภายในหมู่บ้านได้ทราบข้อมูลเบื้องต้น และที่สำคัญคือ คนชุมชนทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี แสดงออกถึงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับ บริการด้วยความเต็มใจ ทั้งยังมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินกิจกรรม และประเมินผลการดำเนินงาน และมีรายได้จากการค้าขายสินค้า และให้บริการแก่นักท่องเที่ยวภายใต้การจัดการที่เป็นระบบ มีการหมุนเวียนการให้บริการ^{๑๐๒}

๑.๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

บ้านวังหวนส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทดำ เป็นหลัก เช่น การศึกษาวิถีชีวิตชาวไทดำ ภายในศูนย์วัฒนธรรมไทดำบ้านวังหวน เอือนไทยดำ ประกอบด้วย ๓ ห้องหลัก ๆ คือ ห้องครัว ห้องนอน และห้องผีบ้านผีเรือน หรือที่ชาวไทดำเรียกว่า กะล้อย่อง แต่ละห้องจะมีเรื่องราวของความเชื่อ ความศรัทธา ที่ชาวไทยดำสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน, การละเล่นโยนลูกช่วง หรือที่เรียกว่า ตีอตะมกอน หรือการละเล่นมะกอนสี่รัก เพื่อ

^{๑๐๑} สัมภาษณ์ นางสาวปภาวี พงษ์จตุรา, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๐๒} สัมภาษณ์ นายเฉลิม ทองแพง, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหวน ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

ละลายพฤติกรรมเบื้องต้นของคนที่ไม่รู้จัก หรือไม่คุ้นเคยกัน หากฝั่งใดรับไม่ได้ จะต้องพ้อนราให้อีกฝั่งหนึ่งดู และทานอาหารพื้นถิ่นเมนูไทดำ กบโอ้ กบจากธรรมชาติยัดไส้ด้วยปลาสับกับเครื่องแกง แล้วนำไปปิ้ง ปลาปิ้งดิบ นำปลามาแร่แล้วยัดไส้ ปลาผอ ลักษณะคล้ายกับห่อหมก^{๑๐๓}

บ้านวังหอยยังมีการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมชุมชน ภูมิทัศน์ จุดถ่ายภาพ (Land mark) เช่น หน้าศูนย์วัฒนธรรมไทดำ (จุดเช็คอิน) และสะพานรวมใจไทดำ รวมถึงเส้นทางคมนาคม/ท่องเที่ยว ให้มีความสะอาด สวยงาม ชวนชม สะดวกและปลอดภัย จัดระบบ/ระเบียบการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและชุมชน จัดทำป้ายบอกทางและแสดงสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว จัดสถานที่สำหรับจอดรถขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ มีมัคคุเทศก์คอยให้ความแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว และมีนักร้องเพลงชุมชนที่สามารถสร้างความประทับใจ เช่น นายแหยม สิงห์ล่อ และนายนิต ลอรักษา นักร้องราวประวัติไทดำ, นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ นักร้องราวการทำลูกมะกอน/การละเล่นมะกอน เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด “เชิญมาเที่ยวบ้านฉัน” ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อพิเศษทั้งในลักษณะ Online และ Offline^{๑๐๔} มีการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและเผยแพร่ การจัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรอง มีโปรแกรมการท่องเที่ยว (พาเที่ยวบ้านฉัน) ที่เชื่อมโยงสินค้าและบริการของชุมชน ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้มีโอกาสได้สัมผัสเสน่ห์ชุมชน (ชม/ชิม/ซื้อ) เช่น **จัดโปรแกรมชม** ให้นักท่องเที่ยวได้เดินเที่ยวชมจุดแสดงวัฒนธรรมไทดำ จุดแสดงวิถีชีวิตชุมชน จุดแสดงแหล่งประกอบอาชีพ จุดแสดงนิทรรศการ และจุดถ่ายรูปที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชน **จัดโปรแกรมชิม** ได้แก่ การทำอาหารกบโอ้ ปลาปิ้งดิบ ผักจู้บ ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของไทดำ และ**จัดโปรแกรมซื้อ** ได้แก่ จัดให้มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ “ตลาดไทดำ” ให้นักท่องเที่ยวเดินหาซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน ที่ชุมชนผลิตและแปรรูป นำออกมาวางจำหน่าย การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการตลาดในลักษณะ “แปลก ใหม่ ใหญ่ ดั่ง” เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของบ้านวังหอย “การแข่งขันดำนา” และการประกวดธิดาไทดำ ในงานสืบสานประเพณีชาวไทดำ ประจำปี ๒๕๖๒^{๑๐๕} และยังมีการสร้างแบรนด์ชุมชน “ไทดำบ้านวังหอย” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้าง

^{๑๐๓} สัมภาษณ์ นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ, ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอย ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๐๔} สัมภาษณ์ นายปณณทัต ศรีเทียนชัย, ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๐๕} สัมภาษณ์ นางสาวสรญา อยู่กรุง, นักท่องเที่ยว, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

จุดขายอีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้บ้านวังหอยกมีแหล่งที่เป็นจุดเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้แก่ ชุมชนมอญ ชุมชนไทดำบ้านแหลมนางโล้ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ และตลาดชุมชนเจ้าคะ ตำบลเขาดิน อำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์^{๑๐๖} รวมถึงมีการจัดการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ตามความต้องการ เช่น Home Stay เต็นท์ หรือห้องพักที่สะอาด ปลอดภัย และราคาเหมาะสม

๑.๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น การทำน้ำพริกแปรรูป ได้ใช้ผลผลิตจากพื้นที่ที่ปลูกกันในหมู่บ้านมาแปรรูปเป็นน้ำพริกหลากรสต่าง ๆ เป็นการนำวัสดุการเล่นพื้นบ้านและของใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์มะกอนไทดำ หมอนไทดำ มาทำเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชน ให้คนได้หาซื้อไปเป็นของที่ระลึก, ผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย เนื่องจากบ้านวังหอยกมีแหล่งที่ชาวบ้านปลูกกล้วยจึงได้นำวัตถุดิบมาแปรรูปเป็นกล้วยฉาบ, ผลิตภัณฑ์ปลาแดดเดียว โดยชุมชนมีแหล่งหาปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ และแหล่งน้ำที่ชาวบ้านเลี้ยงปลา นำมาแปรรูปเป็นปลาแดดเดียว^{๑๐๗}

๒) การจัดการท่องเที่ยวของบ้านท่าเตียนสามัคคี

บ้านท่าเตียนสามัคคี มีพื้นที่เป็นที่ราบ น้ำท่วมบ่อย บริเวณบ้านท่าเตียนสามัคคีจะมีต้นตาลเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและการปลูกเสริมจำนวนมาก มีวัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน ทำให้วิถีชีวิตชาวบ้านมีเตาตาลประจำบ้าน และผลิตน้ำตาลขายเป็นรายได้หลักเลี้ยงชีพ น้ำตาลของบ้านท่าเตียนสามัคคี มีรสชาติดี เพราะต้นตาลในบริเวณนี้เติบโตในพื้นที่น้ำจืด และการปั่นน้ำตาลให้เย็นก่อนนำมาหยอด คือ เอกลักษณ์เฉพาะของการทำน้ำตาลบ้านท่าเตียนสามัคคี

๒.๑) การบริหารจัดการชุมชน

บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง ได้ดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านเพื่อให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน รับฟัง ปัญหา อุปสรรค และความต้องการของประชาชนในหมู่บ้านก่อนดำเนินโครงการ ทำให้ประชาชน บ้านท่าเตียนสามัคคี รับทราบทิศทางการดำเนินงานโดยทั่วกัน โดยได้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการชุมชนท่องเที่ยวอย่าง

^{๑๐๖} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด, ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๑๐๗} สัมภาษณ์ นางระพิน สิงห์ลอ, ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอย ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

เป็นกระบวนการ และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านท่องเที่ยวซึ่งมาจากผู้นำชุมชน กลุ่มองค์กร ประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้าน ทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ เช่น ด้านบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว, ด้านจัดการต้อนรับ, ด้านจัดการแสดง/การละเล่นของชุมชน, ด้านจัดคนเข้าที่พัก/โฮมสเตย์ และฐานเรียนรู้, ด้านอำนวยความสะดวก (การเดินทาง/ความปลอดภัย) มีการประชุมกำหนดข้อตกลง ในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ประเมินผลและร่วมรับผิดชอบสิ่งที่เกิดขึ้น โดยใช้เวทีประชาคมหมู่บ้านเป็นเครื่องมือให้ทุกคนพูดคุย ถกเถียงให้เกิดข้อสรุปเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน อย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง และมีการบันทึกรายงานการประชุมทุกครั้ง^{๑๐๘}

บ้านท่าเตียนสามัคคีมีการจัดทำข้อมูลชุมชน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของชุมชน ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลด้านภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ผลิตภัณฑ์และสินค้าชุมชน มีการจัดเวทีประชาคมการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันพิจารณาข้อมูลของพื้นที่ สภาพปัญหา ทิศทางธรรมชาติ อัตลักษณ์ จุดแข็งของหมู่บ้าน และวางแผนการออกแบบและพัฒนาภูมิทัศน์ ร่วมกันจัดทำแนวคิดในการวางผัง และการเขียนภาพทัศนียภาพในการพัฒนาภูมิทัศน์หมู่บ้านท่องเที่ยว และดำเนินกิจกรรมตามความเหมาะสมกับบริบทของหมู่บ้าน และให้สอดคล้องกับการนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของหมู่บ้านภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การจัดสวนหย่อม การปลูกไม้ดอก ไม้ประดับ ไม้พุ่ม ให้สวยงาม เพื่อจัดทำเป็นจุด Check in จุดถ่ายภาพเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การจัดทำข้อมูลเส้นทางเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในและภายนอกหมู่บ้านท่องเที่ยว เช่น การจัดทำป้ายบอกทาง แผนที่เส้นทางเชื่อมโยง กิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ป้ายแสดงข้อมูลกิจกรรมที่ดำเนินการของหมู่บ้าน ป้ายแสดงจุดเรียนรู้ การจัดระเบียบสภาพแวดล้อม ชุมชนให้มีความสะอาดสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดทำป้ายบ้านเลขที่ของครัวเรือน การจัดหาและจัดวางถังขยะในพื้นที่ของครัวเรือนและภายในหมู่บ้านให้เหมาะสม การทำความสะอาดถนนสายหลัก สายรองภายในหมู่บ้าน ส่งผลให้ชุมชนมีความสะอาด เป็นระเบียบภูมิทัศน์ สวยงาม นำมอม มีถนนหนทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สะดวก ปลอดภัยเหมาะแก่การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาล^{๑๐๙}

^{๑๐๘} สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๐๙} สัมภาษณ์ นายรัฐพล ธุระพันธ์, นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

๒.๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

การจัดการท่องเที่ยวของบ้านท่าเตียนสามัคคีส่งเสริม สนับสนุนให้นักท่องเที่ยว มาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน วิถีคนท่าตาล ในการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับการท่าตาล ปีนต้นตาลเพื่อเก็บ น้ำตาลในช่วงเช้า ปีนเก็บหลายตาลเพื่อเอาลูกตาล การทำน้ำตาลปึก การทำน้ำตาลสด และวิธีการ เฉาะลอนตาลแบบถูกวิธี^{๑๑๐} ฯลฯ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ชุมชน ๘ เสน่ห์ ได้แก่ **เสน่ห์ด้านอาหารพื้นถิ่น**ที่สะอาดปลอดภัย มีไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ต้มยำแม่น้ำน่าน ผัดกุ้งยอดตาล/ยอดมะพร้าว ปูม้าผัดผงกะหรี่ ลอนตาลอ่อน น้ำพริกกุ้งเสียบ/หัวตาล น้ำตาลสด ไอศกรีมน้ำตาลสด ลอนตาลซุบแปงทอด น้ำกะทิลอนตาล ขนมตาล ลูกตาลลอยแก้ว จาวตาลเชื่อม วุ้นลอนตาล อาลัวน้ำตาลโตนด มะพร้าวคว้าน มะพร้าวแก้ว เป็นต้น **เสน่ห์ด้านการแต่งกาย** ชาวบ้านในหมู่บ้านมีการอนุรักษ์แต่งกายในชีวิตประจำวันทั่วไป โดยชายนุ่งกางเกงครึ่งน่องหรือ ขาก้วย สวมเสื้อแขนสั้น คาดผ้าขาวม้า ส่วนหญิงจะนุ่งผ้าถุงยาวหรือกางเกงสมัยนิยม สวมเสื้อแขนสั้น หรือยาว ผู้สูงอายุหญิงยังมีการใส่เสื้อคอกระเช้า และผ้าถุงเป็นประจำวัน **เสน่ห์ด้านที่อยู่อาศัย**จะเป็น บ้านไม้และบ้านปูนยกพื้นสูง **เสน่ห์ด้านประเพณี**จะมีประเพณีรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ ในวันสงกรานต์ **เสน่ห์ด้านภาษา** เป็นภาษาไทยกลาง และมีเสียงเหนือเป็นเอกลักษณ์ **เสน่ห์ด้านอาชีพ**ที่เป็นภูมิ ปัญญาของชาวบ้าน คือ การท่าตาลสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมาอย่างยาวนาน **เสน่ห์ด้าน ความเชื่อ** มีการไหว้ครูตาลทุกครั้งเมื่อถึงฤดูท่าตาล จะต้องมีการไหว้ครูตาลก่อนที่จะเข้าสู่ฤดูท่าตาล เพื่อให้ครูตาลปกปักรักษา ให้ปลอดภัยตลอดฤดูท่าตาล ก็จะมีอุปกรณ์ในการทำตาล เช่น มีดปาดตาล ไม้ขนาดตาลตัวผู้ และไม้ขนาดตาลตัวเมีย **เสน่ห์ด้านศิลปะพื้นถิ่น** มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ เช่น การทำไม้ขนาดตาลตัวผู้และตัวเมีย และการปั้นเตาเคียวตาล เป็นต้น

คนชุมชนทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีโดยใช้หลัก ๕S ในการสร้างเสน่ห์ชุมชน ประกอบด้วย SMILE ชุมชนเจ้าของบ้าน ยิ้มแย้มแจ่มใส ประชาชนในหมู่บ้าน แสดงออกถึงความเป็น มิตรและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกคน ด้วยความเต็มใจ, STORY ชุมชนมีเรื่องราว/เรื่องเล่า ที่ น่าสนใจ ถ่ายทอดโดยนักเล่าเรื่องชุมชน และของฝาก ของที่ระลึก, SECRET ชุมชนมีความลับเล็ก ๆ ที่ เป็นเสน่ห์ มีสูตรเด็ดอาหารพื้นถิ่น และวิธีการปรุงที่เป็นเสน่ห์ของชุมชน, SURPRISE ชุมชนมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สถานที่สะอาด ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และมีกิจกรรมน่าทึ่ง น่าชื่นชม และ SPIRIT ชุมชนเจ้าของบ้านมีอัธยาศัยไมตรี มีความโอบอ้อมอารี มีความพร้อมในการให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างน่าประทับใจ มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ผ่านการฝึกอบรมจาก จำนวน ๒ คน ที่มีความพร้อมในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวนางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์ และนางสาวญาดา จงกุล มี

^{๑๑๐} สัมภาษณ์ นางบุญสม ภิรมย์ราช, ผู้ประกอบการ และผู้สืบทอดการปกตตาลของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

ปราชญ์ชุมชนหลายสาขาที่สามารถถ่ายทอดให้กับผู้สนใจ เช่น การทำไม้กวาดทางตาล โดยนายสำรวย ทัพมาก, การทำกระบองรองน้ำตาล โดยนายประยัต วรเจริญ, การพาดพะองตาล การไหว้ครุฑตาล/ การปิ่นต้นตาล/การเก็บน้ำตาลโตนด โดยนายสมพร เหมมินทร์, การทำไอศกรีมน้ำตาลสดโดย นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์^{๑๑๑}

บ้านท่าเตียนสามัคคีได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรม และสถานที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook, Youtube, แผ่นพับ, ป้ายประชาสัมพันธ์ ภายนอกชุมชน ป้ายหมู่บ้านท่องเที่ยวบริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุชุมชนและเสียงตามสาย^{๑๑๒} มีการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและเผยแพร่ มีการจัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมพิเศษส่งเสริมการตลาด เช่น โปรแกรม One Day Trip “วันเดียวเที่ยวชมแสง: ชม ชิม ซุป แซ่” ^{๑๑๓}

๒.๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่น เฉพาะถิ่น และน่าสนใจ รูปแบบมีมาตรฐาน บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพปลอดภัย ได้แก่ ประเภทอาหาร เช่น น้ำตาลปึก จาวตาลเชื่อม ไอศกรีมน้ำตาลสด ขนมตาล ลูกตาลลอยแก้ว โดยได้ลงทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ภายใต้การผลิตของ “กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ” ประเภทเครื่องดื่ม เช่น น้ำตาลสด ประเภทของใช้ ของฝาก ของที่ระลึก เช่น หมวกใบตาล พัดใบตาล ไม้กวาดก้านตาล ทัพพี ไม้ตาล พวงกุญแจต้นตาล^{๑๑๔}

๒.๔) การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว

บ้านท่าเตียนสามัคคี ได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยประชุมคัดเลือกแกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยว ผู้นำกลุ่มองค์กร ปราชญ์ชุมชน และเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ฝึกอบรมสร้างความเข้าใจ รวบรวม เชื่อมโยงอัตลักษณ์และสร้างการมีส่วนร่วมชุมชน ณ อาคารวัดเกษไชโยเหนือและศึกษาดูงาน ระหว่างวันที่ ๒๓-๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ณ บ้านริมคลองโฮมสเตย์อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม และกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัด

^{๑๑๑} สัมภาษณ์ นางชนัญญา เกิดปาน, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๑๒} สัมภาษณ์ นายปิ่นนัทธ์ ศรีเทียนชัย, ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๑๓} สัมภาษณ์ นางสาวนาฏฉวีวรรณ ปาณะวิษญ์นันท์, นักท่องเที่ยว, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๑๔} สัมภาษณ์ นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

เพชรบุรี ส่งผลให้แกนนำหมู่บ้านมีความเข้าใจแนวทางการดำเนินโครงการ บ่มเพาะองค์ความรู้ในการขับเคลื่อนหมู่บ้านท่องเที่ยว และสามารถวิเคราะห์ศักยภาพ อัตลักษณ์ชุมชน วางแผนกำหนดทิศทางเพื่อจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ฝึกอบรมพัฒนาปราชญ์ชุมชนและเยาวชนสู่การเป็นมัคคุเทศก์ชุมชน ส่งผลให้แกนนำหมู่บ้านมีความเข้าใจแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว^{๑๑๕}

๓) การจัดการท่องเที่ยวของบ้านหนองโพใต้

บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน เป็นชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาบนพื้นฐานของความเชื่อ ความศรัทธาในพระอริยสงฆ์ (หลวงปู่เดิม) ซึ่งเป็นเกจิพระดังแห่งเมืองตากสินที่ใคร ๆ ก็ศรัทธากราบไหว้บูชาและมีชื่อว่าเป็นพระที่มีอาคมจิตตานุภาพ

๓.๑) การบริหารจัดการชุมชน

บ้านหนองโพใต้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารชุมชน โดยการแบ่งคณะกรรมการออกเป็นด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการสืบค้นข้อมูลประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/วิถีชีวิต, ด้านการท่องเที่ยว/แหล่งเรียนรู้ และยุวมัคคุเทศก์, ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า, ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม, ด้านการพัฒนา ส่งเสริมประเพณี วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชุมชน, ด้านการพัฒนาที่พักโฮมสเตย์ และด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ มีการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมชุมชน ปรับปรุงภูมิทัศน์ จุดถ่ายภาพ รวมถึงเส้นทางคมนาคมท่องเที่ยวให้มีความสะอาด สวยงาม ชวนชมน่ามอง^{๑๑๖} และสมาชิกชุมชนก็ยังมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของหมู่บ้าน เช่น การปรับปรุงพัฒนาบุคลากร การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน ทั้งนี้ชาวบ้านชุมชนและมัคคุเทศก์มีการศึกษาหาความรู้เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการรวมถึงสถานที่ต่าง ๆ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส อันเป็นสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาเยือน นอกจากนี้จะมีการให้บริการด้านการแนะนำท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์แล้วยังมีสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของคนชุมชนที่มีความหลากหลาย มีทั้งของกิน ของใช้รวมถึงของที่ระลึกวางจำหน่ายไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชม เลือกซื้อกลับไปซึ่งก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอยู่ชุมชน

^{๑๑๕} สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง, มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๑๖} สัมภาษณ์ นายณรงค์ ภัคดีสุข, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

๓.๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

“บ้านหนองโพนี้หนา.....เชิญท่านมา มาบ้านหนองโพธิ์ ของดีเขามีอีกโข
.....บ้านหนองโพอำเภอดาคลี เลี้ยวซ้ายตรงสายเอเชีย.....วิ่งมาไม่เพ็ลย ๑๔ กิโลเมตร ลูกหลานหนอง
โพนี้หนา เกิดมาได้บารมียิ่งใหญ่ หลวงพ่อเดิมสร้างไว้มากแสนล้ำค่า ดูแลอบรมให้ทางวิชา พวกเราได้
เกิดมา สุขใจอยู่ใต้ใบบุญ จุฑารูปเทียนอธิษฐาน มวลดอกไม้หอมกรุ่น ขอผลบุญค้ำจุน”^{๑๑๗} เป็นคำ
กลอนในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดเชิญมาเที่ยวบ้านฉันโดยใช้สื่อเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทั้งในลักษณะ Online และ Offline เช่น Youtube
Facebook ป้ายประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกชุมชน ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของ
ชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความเชื่อ และศรัทธาในหลวงพ่อเดิม ดังนั้นแล้วการ
ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นท่องเที่ยววัดหลวงพ่อเดิม และพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อเดิม เป็นการใช้จ่ายของ
วัดในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิญชวนให้คนเข้ามาท่องเที่ยวโดยอิงแอบชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม
ร่วมกับวัด^{๑๑๘} การจัดการท่องเที่ยวของบ้านหนองโพได้จึงมีลักษณะการมีส่วนร่วมของบ้าน วัด และ
โรงเรียนในการร่วมกันจัดการท่องเที่ยวของชุมชนชาวบ้านแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุคมาจำหน่าย
สินค้าหน้าพิพิธภัณฑสถานหลวงพ่อเดิม และโรงเรียนก็เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นภาคีเครือข่ายในการ
ให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นการจัดงานย้อนรอยเก่า
เล่าเรื่องเดิมซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีจะตรงกับงานประจำปีปิดทองหลวงพ่อ
เดิม^{๑๑๙} เป็นการจำลองวิถีชีวิตของชาวหนองโพเมื่อครั้งก่อน มีการจัดการส่งเสริมวัฒนธรรมทางด้าน
ดนตรี ศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน เช่น กลองยาว การละครโขน การจำหน่ายอาหารชุมชน
ของที่ระลึกชุมชนรวมถึงผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มกันเพ็ชรบ้านละครที่สืบทอดเครื่องแต่งกาย
เครื่องประดับโขน และการแสดงโขนในปัจจุบัน

๔) การจัดการท่องเที่ยวของบ้านซัปะเตียน

บ้านซัปะเตียนเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ติดภูเขาทำให้ช่วงที่ดอกปอเทืองและดอก
ทานตะวันบานมีความสวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากอีกทั้งยังเป็นหมู่บ้านที่มีจุด
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากมายให้ได้สัมผัสไม่ว่าจะเป็นสัตว์ป่าพืชพรรณนานาชนิดถ้า
ค้างคาวตันปรังพันปีนอกจากนี้บ้านซัปะเตียนยังเป็นหมู่บ้านที่มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจ

^{๑๑๗} สัมภาษณ์ นางสาวนงเยาว์ เห่งจ๊าก, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพธิ์ ตำบลหนองโพ อำเภอดา
คลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๑๘} สัมภาษณ์ นางสาวพัชรี จันทร์โชติ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน
อำเภอดาคลี จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๑๙} สัมภาษณ์ นายสมโภช วัฒนนะ, นักท่องเที่ยว, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

พอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตเช่นการปลูกผักผสมผสานการเลี้ยงสัตว์การแปรรูปผลิตภัณฑ์ของใช้ และอาหารดังจะเห็นได้ว่ามีหลายครัวเรือนที่ดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

๔.๑) การบริหารจัดการชุมชน

บ้านซับตะเคียนมีการแต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และแบ่งหน้าที่การทำงานตามความถนัดและความชำนาญ ประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านการติดตามผล และด้านการประชาสัมพันธ์โดยมีหน้าที่ คือ ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จัดทำแผนงานและกิจกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน แก้ไขปัญหา อุปสรรคการดำเนินงาน และบูรณาการแผนงานของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนเพื่อสร้างพื้นฐานเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์เผยแพร่การพัฒนาทำการท่องเที่ยวและแหล่งการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของหมู่บ้านรวมถึงร่วมติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามมติของคณะกรรมการ โดยจะมีการประชุมคณะทำงานทุกวันที่ ๕ ของเดือน^{๑๒๐}

บ้านซับตะเคียนมีการตั้งกฎ ระเบียบ ข้อบังคับเพื่อใช้ในการส่งเสริม และพัฒนาหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับชุมชนซึ่งสอดคล้องกับนโยบายทางราชการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างยั่งยืน ชาวบ้านในหมู่บ้านมีการเตรียมความพร้อมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีน้ำใจและมีอัธยาศัยดีแก่นักท่องเที่ยว พร้อมช่วยกันดูแลความปลอดภัยในหมู่บ้านและนักท่องเที่ยว รวมถึงทุกคนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์ หากมีรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวบางส่วนจะมีการส่งเข้ากิจกรรมสาธารณประโยชน์ของหมู่บ้าน โดยให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการบริหาร และการจัดการรายได้ของกลุ่มสมาชิกด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้^{๑๒๑}

๔.๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านซับตะเคียนเป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ กิจกรรมที่เกิดขึ้นสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ สร้างจุดขายของชุมชนท่องเที่ยวโดยจุดท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ ทุ่งปอเทือง และพื้นที่ป่าชุมชน กิจกรรมด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่สืบทอดมา คือ การทำบุญกลางบ้านตำนานแม่ตะเคียน จัดขึ้นเป็นประจำทุกวันวันที่ ๑๙ เมษายนของทุกปี และการทำบุญเริ่มเทศกาลควายบอยจัดขึ้นเป็นประจำทุกต้นเดือนธันวาคม

^{๑๒๐} สัมภาษณ์ ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา, กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๒๑} สัมภาษณ์ นายจنگล บุญยา, ประชาชนบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

ของทุกปี ทั้งนี้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอตากฟ้าใน ๕ จุดท่องเที่ยว ประกอบด้วยจุดท่องเที่ยวที่ ๑ ไร่พระวัดตากฟ้าพระอารามหลวง จุดท่องเที่ยวที่ ๒ ท่องเที่ยวน้ำตกวังน้ำวังและถ้ำพรสวรรค์ ตำบลลำพยนต์ จุดท่องเที่ยวที่ ๓ ท่องเที่ยวทุ่งปอเทือง-เมืองคาวบอย บ้านซับตะเคียน จุดท่องเที่ยวที่ ๔ ท่องเที่ยวป่าชุมชนบ้านไตรคีรี ตำบลพุนกยูง และจุดท่องเที่ยวที่ ๕ ท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านพุ่มม่วง ตำบลอุดมธัญญา^{๑๒๒} ขณะเดียวบ้านซับตะเคียนยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชน คือ ทุ่งทานตะวัน ถ้ำหินงอกหินย้อยมีฝายน้ำขนาดใหญ่เพื่อทำประปา และพัฒนาให้เป็นแหล่งตกปลาเพื่อหารายได้เข้าหมู่บ้าน ทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ พร้อมกันนั้นยังมีการจัดงานเทศกาลคาวบอย งาน Takfa Cowboy Run and Ride ๒๐๑๘^{๑๒๓} เพื่อสร้างความแตกต่างในแหล่งท่องเที่ยวและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปราชญ์ชุมชนในแต่ละด้านคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น ด้านเกษตรผสมผสานโดยว่าที่ร้อยโทอำนาจ เอี่ยมสุภา เป็นต้น

๔.๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

บ้านซับตะเคียนจัดให้มีการอบรมอาชีพใหม่ ๆ ให้แก่สตรีชุมชนได้มีอาชีพเสริมเลี้ยงครอบครัว ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย หมูฝอย น้ำพริก เต้าเจี้ยว แคนหมู หมี่กรอบสมุนไพร คุกกี้ ขนมเค้ก ไข่เค็ม น้ำสมุนไพร ขนมโบราณ นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากหรือของที่ระลึกจากแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของหมู่บ้าน เช่น เสื้อสกรีนทุ่งปอเทือง/งานคาวบอย พวงกุญแจ หมวกคาวบอย ที่เสียบปากกาหลักกิโล กรอบรูป หมอนผ้าห่มดอกทานตะวันซึ่งเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน^{๑๒๔}

๕) การจัดการท่องเที่ยวของบ้านดงแม่นางเมือง

บ้านดงแม่นางเมืองเป็นแหล่งโบราณคดีสำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำปิงทางทิศตะวันตกกับแม่น้ำยมและแม่น้ำน่านทางทิศตะวันออก ในพื้นที่รอยต่อของตำบลบรรพตพิสัย ตำบลตาส้าง และตำบลเจริญผล ในอำเภอบรรพตพิสัย เป็นเมืองโบราณรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด ๕๐๐ x ๖๐๐ เมตร ปัจจุบันสภาพพื้นที่ของอาณาบริเวณเมืองโบราณแห่งนี้เป็นที่ทิ้งร้างทึบตันสลับกับทุ่งร้างและป่าละเมาะ

^{๑๒๒} สัมภาษณ์ นายปิ่นนัทธ์ ศรีเทียนชัย, ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

^{๑๒๓} สัมภาษณ์ นางสาวโฉมตรู จันโอภา, นักท่องเที่ยว, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

^{๑๒๔} สัมภาษณ์ นางสาวกัลยา โตประเสริฐ, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

๕.๑) การบริหารจัดการชุมชน

บ้านดงแม่นางเมืองมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารชุมชนท่องเที่ยวโดยแยกเป็นรายด้านตามความชำนาญและทักษะ ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้าน, ด้านการจัดการทุนชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว, ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม OTOP นวัตกรรม และด้านการป้องกันรักษาความปลอดภัยและผลกระทบ รวมทั้งมีการตั้งกฎระเบียบในการบริหารจัดการชุมชน เช่น คนชุมชนทุกคนต้องเป็นเจ้าของภาพที่ดี, มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการดำเนินงานตามโครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนชุมชนให้ดีขึ้น สร้างขวัญกำลังใจคนที่เป็นคนดี มีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพคนชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านให้เจริญก้าวหน้า, ส่งเสริมการบูรณาการทำงานแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนตามรูปแบบประชาธิปไตย, อนุรักษ์รักษากฎมัยปัญญาพื้นบ้าน ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้มีความมั่นคง ยั่งยืนรวมถึงประสานความร่วมมือแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากภายนอกชุมชนนำมาปรับใช้ด้วยความเท่าเทียมกันของคนในหมู่บ้านในการรับผลประโยชน์ที่เป็นธรรมตามความสามารถและผลงานของแต่ละบุคคลที่การทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลักร่วมกันทำความดีเพื่อแผ่นดินด้วยหัวใจไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว รวมทั้งมีการจัดตั้งชมรมคนรักดงแม่นางเมืองโดยเป็นการบูรณาการทำงานด้านการพัฒนาดงแม่นางเมืองท่องเที่ยวโบราณสถานโบราณวัตถุสมัยทวารวดีและมีศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำและลาวช้างนอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์ประเพณีที่สืบทอดกันมาเป็นเวลาหนึ่งพันปีให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมศึกษาเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิต^{๑๒๕}

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เช่น แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยประยุกต์ให้เข้ากับบรรยากาศชุมชนและการและเรื่องเล่าของชุมชน, แผนพัฒนาด้านกายภาพโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยมีการปรับปรุงถนนเส้นทางคมนาคมในหมู่บ้านให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น, แผนพัฒนาด้านที่พักจะมีการดำเนินการทำโฮมสเตย์บ้านดินโดยใช้วิธีการลงแขกทำบ้านดินเป็นโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้ค้างคืน, แผนพัฒนาด้านการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มจัดทำร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนและ OTOP เป็นของฝากที่ระลึก และจัดให้มีร้านอาหารจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ๑ แห่ง และแผนพัฒนากิจกรรมบริการนักท่องเที่ยวแผนพัฒนาสภาพแวดล้อมซึ่งทุกสิ้นเดือนจะมีเวทีเสวนาสรุปผลการพัฒนาหมู่บ้านตามโครงการชุมชนท่องเที่ยวเพื่อถอดองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ และวางแผนการปฏิบัติงานในรอบเดือนถัดไป

^{๑๒๕} สัมภาษณ์ นายบุญธรรม แก้วเกตุ, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

๕.๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

“รักดงแม่นางเมือง เราเคารพนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในบ้านดงแม่นางเมืองจนเป็นวิถีคนดงแม่นางเมือง” คือ คำขวัญของหมู่บ้านดงแม่นางเมือง บ้านดงแม่นางเมืองมีจุดเด่น คือ มีแหล่งโบราณสถานและโบราณวัตถุสมัยทวารวดีให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม มีศูนย์วัฒนธรรมไทดำและศูนย์วัฒนธรรมลาวครั้งให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมวิถีชีวิตที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ การจัดปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเดือนมกราคม จัดกิจกรรมตักบาตรทำบุญวันขึ้นปีใหม่ เดือนเมษายน จัดเทศกาลงานวันสงกรานต์สงกรานต์สงกรานต์สงกรานต์น้ำพระและสงกรานต์น้ำเจ้าแม่ศรีเมือง รดน้ำดำหัวผู้อาวุโสในตำบล ในวันที่ ๑๒ มิถุนายนของทุกปีเป็นวันบวงสรวงเจ้าแม่ดงแม่นางเมือง โดยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ จัดให้มีการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านในเทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ จัดประเพณีสงกรานต์และพิธีบวงสรวงเจ้าแม่ศรีเมืองไหว้พระขอพร

ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดให้ชาวบ้านในหมู่บ้านหมู่บ้านใกล้เคียงในตำบล และตำบลใกล้เคียงได้นำผลิตภัณฑ์ OTOP สินค้าชุมชนผลผลิตจากการเกษตรปลอดสารพิษมาจำหน่ายได้ทุกวัน โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล เช่น Facebook Page ต่าง ๆ ป้ายประชาสัมพันธ์และของที่ระลึกในหมู่บ้าน รวมถึงจัดสถานที่ที่สามารถเป็นจุดถ่ายภาพ เช่น หน้าพิพิธภัณฑสถานดงแม่นางเมือง จัดเป็นซุ้มต่าง ๆ รวมถึงปลูกปอเทืองตามฤดูกาล^{๑๒๖} เพื่อเชิญชวนการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย การจัดการด้านเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงอำเภอบรรพตพิสัยจัดเป็น ๔ จุดท่องเที่ยวประกอบด้วยจุดท่องเที่ยวที่ ๑ วัดหนองตางูหลวงปู่พิมพาจุดท่องเที่ยวที่ ๒ วัดดงแม่นางเมืองชมเมืองโบราณสถานที่ท่องเที่ยวที่ ๓ ส่วนน้ำหลักสี่แควทานอาหารพร้อมชมการแสดงและจุดท่องเที่ยวที่ ๔ ชมเขาน้อยชมฝูงค้างคาวออกจากถ้ำ^{๑๒๗} รวมถึงมีนักเล่าเรื่องชุมชนเป็นผู้ที่ทำหน้าที่นำเสนอและถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน เส้นทางท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนให้นักท่องเที่ยวอีกด้วย

การปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น จุดรับรองนักท่องเที่ยว, จุดจอดรถ, ที่พัก, จุดต้อนรับมีห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด, มีป้ายสื่อความหมาย และชี้แจงการใช้พื้นที่ เช่น ป้ายบอกทาง, ป้ายชื่อหมู่บ้าน, แผนผังชุมชน, ป้ายแสดง

^{๑๒๖} สัมภาษณ์ นายจำรูญ บุญจันทร์, นักท่องเที่ยว, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

^{๑๒๗} สัมภาษณ์ นายสรสิทธิ์ อินทร, สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

รายละเอียดหรือข้อมูลของจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายชุมชน, ป้ายแนะนำหรือป้ายเตือนขณะทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว^{๑๒๘}

๕.๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ด้านผลิตภัณฑ์และสินค้าที่โดดเด่นเฉพาะถิ่น เช่น ขนมไทยที่เป็นขนมโบราณ ข้าวปลอดสารพิษที่ใช้กระบวนการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์, การแปรรูปกล้วยเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กล้วยตาก, กล้วยฉาบรสหวาน, กล้วยทอดเค็ม และกล้วยกวน ของที่ระลึกที่มีหลากหลายรูปแบบ เช่น พวงกุญแจ, สร้อยคอ, สร้อยข้อมือลูกปัด ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่มีทั้งรูปแบบสวยงามคงทนและใช้เป็นของที่ระลึกได้ ผลิตภัณฑ์ของฝากจากศูนย์วัฒนธรรมไทดำ เช่น กระเป๋าใส่โทรศัพท์, หมอนพวงกุญแจ และตะกร้าถักเชือกกรมเป็นของใช้ต่าง ๆ

จากการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านวังหยวก บ้านท่าเตียน สามัคคี บ้านหนองโพใต้ บ้านซบตะเคียน และบ้านดงแม่นางเมือง พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมโดยชุมชนจะต้องเริ่มจากฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เข้มแข็ง ชุมชนมีคณะทำงาน และชาวบ้านที่รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของมีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ในการเล่าเรื่องตามทักษะเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว มีกฎ กติการะเบียบ ข้อบังคับในการจัดการสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีกลไกคณะทำงานตลอดจนการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับชุมชนโดยรอบซึ่งมีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม รวมถึงกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ต้องสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวรวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น ทูตทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน เช่น เรื่องเล่า ตำนานของบ้านดงแม่นางเมืองที่มีความลึกซึ้งเป็นความภูมิใจของชุมชน ทูตทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของบ้านซบตะเคียน วิถีชีวิตคนท่าตาลของบ้านท่าเตียนสามัคคี วัฒนธรรมประเพณีของบ้านวังหยวก และศรัทธา ความเชื่อของบ้านหนองโพใต้ที่จะต้องร่วมกันอนุรักษ์ รักษา สร้างคุณค่า และยกระดับให้เกิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะให้ความสำคัญในเรื่องของการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลและวัฒนธรรม สร้างประสบการณ์จากการลงมือทำ สัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมจนเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มเติมข้อมูล ศักยภาพตนเอง เปลี่ยนจากการท่องเที่ยว “ชม-ชิม-แชะ-ช้อป” เป็นการท่องเที่ยว “เรียนรู้-ดูของจริง-ลงมือทำ” ดังนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จึงหมายถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน และ

^{๑๒๘} สัมภาษณ์ นายณรงค์ พันธุ์เขียน, ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๑๐ บ้านดงแม่นางเมืองบ้านดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

ชุมชนมีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เข้มแข็ง และสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม สร้างความผูกพันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของวัฒนธรรม กล่าวได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์นั้นกิจกรรมหัวใจของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

๑) แลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวที่มีฐานมาจากวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ หรือโบราณสถานที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นคุณค่าของรากเหง้า ความเป็นตัวตนการเพิ่มมูลค่าเกิดจากการตระหนักรู้ในคุณค่าและนำมาซึ่งการสื่อความหมายได้อย่างสร้างสรรค์มีการออกแบบกิจกรรมให้เกิดประสบการณ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ได้ลงมือทำด้วยความทรงจำ และสร้างความประทับใจให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อไปค้นหาและเรียนรู้สิ่งที่มีคุณค่าชุมชนซึ่งแตกต่างจากการเดินทางไปพักผ่อนด้วยความเคยชินในความสะดวกสบาย ซึ่งมีพึงพอใจความแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวบางคนต้องการความสะดวกสบาย บางคนต้องการโพสต์เรื่องราว ประสบการณ์ Social Media เช่น line facebook youtube ทั้งในลักษณะของ Online และ Offline ดังนั้นแล้วการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่อาจจะยังมีนักท่องเที่ยวสนใจไม่มากแต่เป็นสิ่งที่สำคัญในการเลือกนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวชุมชน “คนที่ชอบ.....คือคนที่ใช่” เช่น การที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดอบรม พัฒนามัคคุเทศก์น้อย มัคคุเทศก์ นักเล่าเรื่อง และปราชญ์ชุมชนในการนำเสนอเรื่องราว ให้ความรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับท่องเที่ยวที่สนใจอย่างละเอียด และชัดเจน เช่น บ้านท่าเตียนสามัคคีจัดมััคคุเทศก์ ๒ คนที่ผ่านการอบรมจากการท่องเที่ยวคอยถ่ายทอดเรื่องราวของหมู่บ้าน และปราชญ์ชุมชนหลายสาขาที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเฉพาะถิ่น ได้แก่ การทำไม้กวาดทางตาล: นายสำรวย ทัทมาก, การเคียวตาล/หยอดตาล: นางอรिता เหมมินทร์, การนวดตาล: นายทองอยู่ แก้วซัง, การทำกระบอกกรองน้ำตาล: นายประหัยต์ วรเจริญ เป็นต้น, นายแหยม สิงห์ล่อ และนายนิത്യ ลอรักษา: ประวัติไทดำ, นายขุนทอง สิงห์ล่อ: เรื่องราวจักสานจากไม้ไผ่, นางประเสริฐ สิงห์ล่อ: เรื่องราวอาหารพื้นบ้าน “แกงผ่า”, นางประทุมทิพย์ กิตติคุณตระกูล: เรื่องราวอาหารพื้นบ้านไทดำ และนางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ: เรื่องราวการทำลูกมะกอน/การละเล่นมะกอนจากบ้านวังหยวก บ้านหนองโพใต้และบ้านซับตะเคียนจะเน้นมััคคุเทศก์น้อยจากลูกหลานชุมชน และโรงเรียน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม เป็นการเข้าใจในสิ่งเรียนรู้ เกิดการลงมือปฏิบัติ และเกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน

๒) ร่วมทำรู้จัก

การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันสร้างสรรค์ระหว่างชุมชน และนักท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับคุณค่าเมื่อได้มีการเข้าไปร่วม และมีความทรงจำกับเหตุการณ์ส่วนร่วมนั้น ๆ ลักษณะของประสบการณ์ประกอบไปด้วย ๕ มิติ ได้แก่ ชอบความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ความประหลาดใจ และการมีส่วนร่วม เช่น การแสดงป็นต้นตาลผาดโผน การร่วมกิจกรรมเคี้ยวตาล หยอดน้ำตาล ทำขนมตาล และทดลองเฉพาะตาลของบ้านท่าเตียนสามัคคี การสอนภาษาถิ่นไทดำ การร่วมกิจกรรมเล่นมะกอนสื่อกิจกรรมของบ้านวังหยวก เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของฐานชุมชน ฐานวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน สร้างประสบการณ์ รับรู้ความรู้สึกร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นผลให้เกิดความเกี่ยวข้อง ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

๓) ตระหนักคุณค่า

การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่เป็นการสัมผัส และตระหนักในคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยว ความรัก และภูมิใจชุมชน และการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวจากความจริงแท้ และดั้งเดิมของชุมชน เช่น การสัมผัสกับธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทุ่งหญ้า และผู้ใหญ่ของบ้านซับตะเคียน การใช้ชีวิตวิถีคนทำตาล โดยการป็นต้นตาลตอนเช้ามีด ไม่เกิน ๐๗.๐๐ น. การเคี้ยวน้ำตาล ๐๙.๐๐ การปอกตาล ๑๓.๐๐ น. และการนวดตาล ๑๔-๑๕.๐๐ น. รวมถึงการตีน้ำตาลสดจากต้นตาลของบ้านท่าเตียนสามัคคี การปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตของไทดำ การทำอาหารกบโอ้ ปลาบั้งดิบ ผักจู้บ ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของไทดำบ้านวังหยวก การสัมผัสกับกลิ่นอาย มนต์ขลังของโบราณสถาน บ้านดงแม่ปางเมืองที่มีร่องรอยประวัติศาสตร์ เรื่องราวตำนานของพื้นที่ถิ่น โดยนักเล่าเรื่องของชุมชน และมัคคุเทศก์จากองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง กิจกรรมต่าง ๆ จะทำให้เกิดเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวบนความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง โดยไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิตที่สร้างความประทับใจ ทำให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

๔) พัฒนาสร้างสรรค์

การลงมือทำสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม การแสวงหาประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว เช่น การชิมไอศกรีม

น้ำตาลสดที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ของชุมชน การหยอดน้ำตาลปึกที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นก้อนขนาดเล็กเพื่อง่ายต่อการทดลองทำ แต่สร้างมูลค่าได้ราคาสูงขึ้น การพัฒนาสูตรการทำขนมไทยจากน้ำตาล เช่น ขนมผิงของบ้านท่าเตียนสามัคคี การผสมผสานวัฒนธรรมคาวบอยกับวิถีชีวิตดั้งเดิมเกษตรกร รวมถึงการนำกิจกรรมวิ่ง และปั่นจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพชมธรรมชาติของทุ่งปอเทืองของบ้านซัดตะเคียน เป็นต้น

๕) จัดการชุมชน

แม้ว่าจะมีฐานชุมชน และฐานทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ แต่ขาดการจัดการชุมชนที่มีประสิทธิภาพก็ไม่อาจทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบผลสำเร็จได้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย

๕.๑) ผู้นำ

ผู้นำที่สร้างศรัทธา หรือมีความสามารถประสานทรัพยากร, เป็นผู้นำทางความคิด, มีคุณวิภาการณณ์เป็นผู้นำ, มีความมั่นคงทางจิตใจหนักแน่น, ให้เกียรติเพื่อนร่วมงาน และลงมือทำอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม รวมถึงมีการถ่วงอำนาจ และถูกตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา

๕.๒) กฎ กติกาชุมชน

การกำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบ กติกา ข้อบังคับของชุมชนให้เป็นรูปธรรม และมีการนำไปสู่การใช้ประโยชน์จะเป็นเสมือนแผนที่นำทางการจัดการของชุมชน และชาวบ้านชุมชนให้รู้จักหน้าที่เสียสละเพื่อส่วนรวมโดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน

๕.๓) ความต่อเนื่อง

การจัดการท่องเที่ยวจะต้องทำให้เกิดความต่อเนื่อง ชุมชนอาจจะทำ Timeline หรือปฏิทินทางการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่องและมีการสรุปทเรียนเป็นระยะ เพื่อสร้างองค์ความรู้ ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาต่อยอดทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ตารางที่ ๔.๑๔ ผลสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ประเด็น ที่	ประเด็น	ปริมาณ	
		ความถี่	รูป/คนที่ให้ข้อมูลสำคัญ
๑.	แลกเปลี่ยน..เรียนรู้	๒๕	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๕, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗
๒.	ร่วมทำรู้จัก	๒๕	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๕, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗
๓.	ตระหนักคุณค่าจัดการชุมชน	๒๕	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๕, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗
๔.	พัฒนาสร้างสรรค์	๒๕	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๕, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗
๕.	จัดการชุมชน	๒๕	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๕, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๓, ๒๔, ๒๕, ๒๖, ๒๗

กล่าวโดยสรุปว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่แค่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน แต่ยังสามารถสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรมโดยได้มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ในพื้นที่นั้น ๆ ผ่านกิจกรรมที่ได้เรียนรู้เรื่องราวใหม่ ๆ จากชุมชน ได้ลงมือทำ ค้นพบความสามารถของตัวเอง และ

ค้นพบจิตวิญญาณของสถานที่ ในขณะที่ชุมชนเองก็ไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว เป็นการดึงคุณนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนปรับตัว ปรับใจตามวิถีของชุมชน ชุมชนเป็นผู้สอนและให้ความรู้ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ชุมชนอย่างเป็นธรรม นั่นจึงทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถรักษาตัวตนที่จริงแท้ของตัวเองไว้ได้ ซึ่งนำมาสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งประกอบได้ด้วย **แลกเปลี่ยนเรียนรู้, ร่วมทำรู้จัก, ตระหนักคุณค่า, พัฒนาสร้างสรรค์ และจัดการชุมชน**

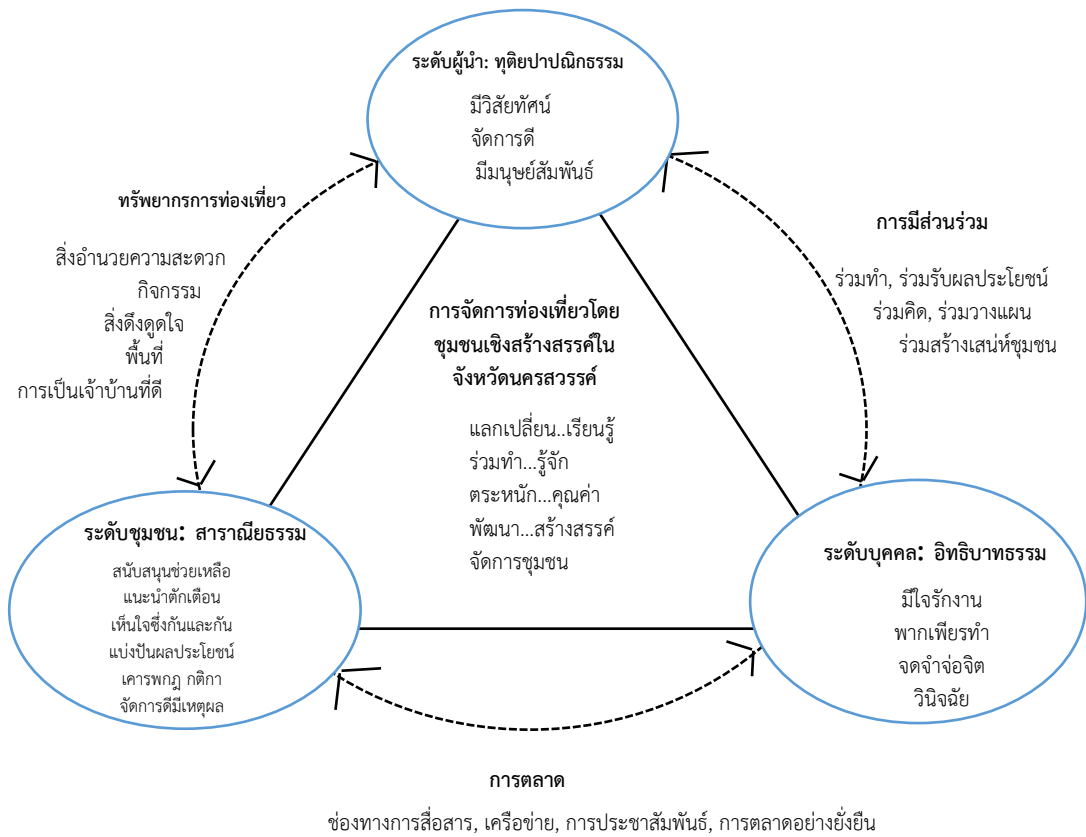
สรุปวิเคราะห์ ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเชี่ยวชาญและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน ๒๗ รูป/คน ใน ๖ ด้าน พบว่า การจัดการท่องเที่ยวประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ ๑ หัวใจของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้, ร่วมทำรู้จัก, ตระหนักคุณค่า, พัฒนาสร้างสรรค์ และจัดการชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน

องค์ประกอบที่ ๒ เครื่องมือการจัดการท่องเที่ยว โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องจัดการผ่านเครื่องมือ PTM ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม (Participation), ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) และการตลาด (Market) ซึ่งจะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ แม้แหล่งท่องเที่ยวจะมีศักยภาพและมีความพร้อมเพียงใด หากแต่ยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนแทนที่การนำรายได้กลับมาพัฒนาชุมชนบนฐานการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนก็จะไม่สามารถทำให้ประชาชนสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้

องค์ประกอบที่ ๓ เครื่องกำกับใจ เป็นการดำเนินชีวิตโดยมีหลักธรรมเป็นเข็มทิศนำทางในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งหลักธรรมที่เป็นเครื่องคอยกำกับนั้น ประกอบด้วย ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล-อิทธิบาทธรรม, ระดับผู้นำ-ทศิยาปาปนิกรธรรม และระดับชุมชน-สาราณียธรรม โดยธรรมทั้งหลายเป็นเครื่องกำกับจากภายในจิตใจ

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสรุปวิเคราะห์สามารถสรุปเป็นตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ได้ดังนี้



ภาพที่ ๔.๒ ตัวแบบจำลองการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง ๕ ชุมชน ประกอบด้วย ๑) บ้านวังหวน หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ๒) บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต ๓) บ้านหนองโพใต้ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอตากสิน มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศาสนา ๔) บ้านซัดตะเคียน หมู่ที่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและ ๕) บ้านดงแม่นางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ข้อเท็จจริงของพื้นที่เพื่อให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส และนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อก่อให้เกิดการนำไปพัฒนาเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๙ รูป/คน ดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๕ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวังหยวก	บ้านท่าเตียนสามัคคี	บ้านหนองโพใต้	บ้านชัยตะเคียน	บ้านดงแม่นางเมือง
จุดแข็ง	๑. มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยว	วัฒนธรรมของชนชาติพันธุ์ไทดำ	วิถีชีวิตชุมชน..คนทำตาล	ความเชื่อ ความศรัทธาในพระเกจิชื่อดัง (หลวงพ่อเดิม)	ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์	ประวัติศาสตร์โบราณสถานที่มีการขึ้นทะเบียน
	๒. มีผู้นำที่สามารถสร้างศรัทธาและความร่วมมือของคนชุมชน	✓	✓	-	✓	-
	๓. การมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว	✓	✓	-	✓	-
	๔. มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย	✓	✓	-	✓	-
	๕. มีคณะกรรมการชุมชนในการทำงานเพื่อจัดการด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๖. มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ระหว่างชุมชน และในพื้นที่ใกล้เคียง	✓	✓	-	✓	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวังหยวก	บ้านท่าเตียนสามัคคี	บ้านหนองโพใต้	บ้านซิปตะเคียน	บ้านดงแม้นางเมือง
จุดแข็ง	๗. กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง	✓	✓	-	✓	-
	๘. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนชุมชนและนักท่องเที่ยว	✓	✓	-	-	-
	๙. มีการแนะนำและชี้แจงการปฏิบัติตามกฎ-กติกากิจกรรมชุมชนกับนักท่องเที่ยวก่อนเริ่มชมชุมชน	✓	✓	-	✓	✓
จุดอ่อน	๑๐. ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาโดยความร่วมมือจากคนชุมชนในการประชุมร่วมมือ ร่วมใจในการจัดกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	✓	✓	✓	✓	✓
	๑๑. การดำรงตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนชุมชน	✓	✓	-	✓	-
	๑๒. ชุมชนมีเอกลักษณ์ และการสร้างเสน่ห์ของชุมชนในการดึงดูดนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
จุดเน้น	๑๓. ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากของดีชุมชนเพื่อสร้างจุดเด่น และกระจายรายได้ให้แก่คนชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวัง ห้วยวก	บ้านท่า เตียน สามัคคี	บ้านหนอง โพไต้	บ้านขับ ตะเคียน	บ้านดงแม่ นางเมือง
จุดแข็ง	๑๔. คนชุมชนตระหนักในคุณค่า และรักษาสืบทอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ	✓	✓	-	✓	✓
	๑๕. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชุมชน	✓	✓	-	✓	-
	๑๖. ความสามัคคี และการยึดประเพณีของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง	✓	✓	-	✓	-
	๑๗. เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
	๑๘. ความหลากหลายทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๑. การพัฒนาฐานการเรียนรู้ยังขาดความทันสมัยขาดการปรับเปลี่ยนหรือการเพิ่มฐานการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคปัจจุบัน	✓	✓	✓	-	✓
	๒. คนชุมชนบางส่วนยังมีการไม่ปฏิบัติตามกฎ กติกา ข้อตกลงของชุมชน	-	-	✓	✓	✓
ข้อจำกัด	๓. ขาดการวางแผนที่เป็นรูปธรรมในการจัดการสิ่งแวดล้อม และผลกระทบที่ตามมาจากการจัดการท่องเที่ยว	✓	✓	-	-	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวัง ห้วยวก	บ้านท่า เตียน สามัคคี	บ้านหนอง โพไต้	บ้านซับ ตะเตียน	บ้านดงแม่ นางเมือง
ข้อจำกัด	๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปลูกจิตสำนึกให้คนชุมชนในการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน	-	-	✓	✓	✓
	๕. บทบาทหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการ การสร้างความเข้าใจในแนวทางการจัดการท่องเที่ยว	-	✓	✓	✓	✓
	๖. การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๗. ป้ายบอกทางเส้นทางท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงไม่เพียงพอ	✓	✓	✓	✓	✓
	๘. บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ	✓	✓	✓	✓	✓
	๙. ขาดความต่อเนื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว	✓	✓	-	✓	✓
	๑๐. ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาจึงมีความเสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา	-	-	-	-	✓
	๑๑. ขาดการบริหารนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องใช้ผู้รู้ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือผู้มีความรู้เฉพาะเกี่ยวกับโบราณสถาน และโบราณวัตถุในพื้นที่	-	-	✓	✓	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวังหยวก	บ้านท่าเดียนสามัคคี	บ้านหนองโพใต้	บ้านซับตะเคียน	บ้านดงแม่นางเมือง
ข้อจำกัด	๑๒. การมีส่วนร่วมชุมชนยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๑๓. ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ขาดการอธิบายความหมายและการเล่าเรื่อง	-	✓	-	-	✓
	๑๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปลูกจิตสำนึกให้คนชุมชนในการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน	-	-	✓	✓	✓
	๑๕. สิ่งอำนวยความสะดวกที่มากเกินไปจะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนขาดเสน่ห์ดึงดูดใจ	✓	✓	✓	✓	✓
อุปสรรค	๑. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดลง	✓	✓	✓	✓	✓
	๒. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีข้อจำกัดในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๓. ความสนใจในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว	✓	✓	✓	✓	✓
	๔. นโยบายการท่องเที่ยวขาดการต่อเนื่องเมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนผู้บริหารระดับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	-	✓	-	✓	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวังหยวก	บ้านท่าเตียนสามัคคี	บ้านหนองโพใต้	บ้านซับสนะเคียน	บ้านดงแม่นางเมือง
อุปสรรค	๕. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ	✓	✓	-	✓	-
	๖. ขอบประมาณการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนมีน้อยและไม่ต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓
	๗. ความช่วยเหลือจากภาครัฐมีลักษณะจากบนลงล่าง ไม่ได้เกิดจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง	-	✓	✓	-	✓
	๘. ข้อมูลหายไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว	-	-	-	-	✓
โอกาส	๑. รัฐบาลมีนโยบายผลักดันแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓
	๒. มีการกำหนดโซนของการท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
	๓. จังหวัดนครสวรรค์เป็นประตูสู่ภาคเหนือ ทำให้การเดินทางส่วนใหญ่จะต้องผ่านจังหวัดนครสวรรค์	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ ๔.๑๕ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

กรอบการวิเคราะห์	ประเด็นการวิเคราะห์	ชื่อที่จริงเชิงพื้นที่				
		บ้านวังหยวก	บ้านท่าเตียนสามัคคี	บ้านหนองโพใต้	บ้านซับตะเคียน	บ้านดงแม่นางเมือง
โอกาส	๔. วิสัยทัศน์จังหวัดนครสวรรค์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
	๕. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์มากขึ้น และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้	✓	✓	✓	✓	✓
	๖. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมแสดงสินค้า ในสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นทั้งในจังหวัด ส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง	✓	✓	✓	✓	✓
	๗. สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Online Social media เป็นสื่อที่มีบทบาทในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะสามารถเห็นข้อมูลได้ค่อนข้างมาก ชุมชนในฐานะเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวก็สามารถนำการ Review นั้นไปพัฒนาและปรับปรุง นอกจากนี้ชุมชนยังใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มผู้นักท่องเที่ยว					

๔.๔ การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

การนำเสนอผลการวิจัยในข้อนี้เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ ๓ เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .0๑$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรในโมเดล พบว่า

๑. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วม (PART) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๖๔ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง -๐.๓๙ และมีอิทธิพลทางอ้อม ๐.๒๙ เป็นอิทธิพลรวม -๐.๑๐ อิทธิพลทางตรง และทางอ้อมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวอิทธิพลรวมไม่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๒. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๗๓ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง -๐.๓๒ และมีอิทธิพลทางอ้อม -๐.๓๐ เป็นอิทธิพลรวม ๐.๐๒ อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวอิทธิพลรวมไม่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

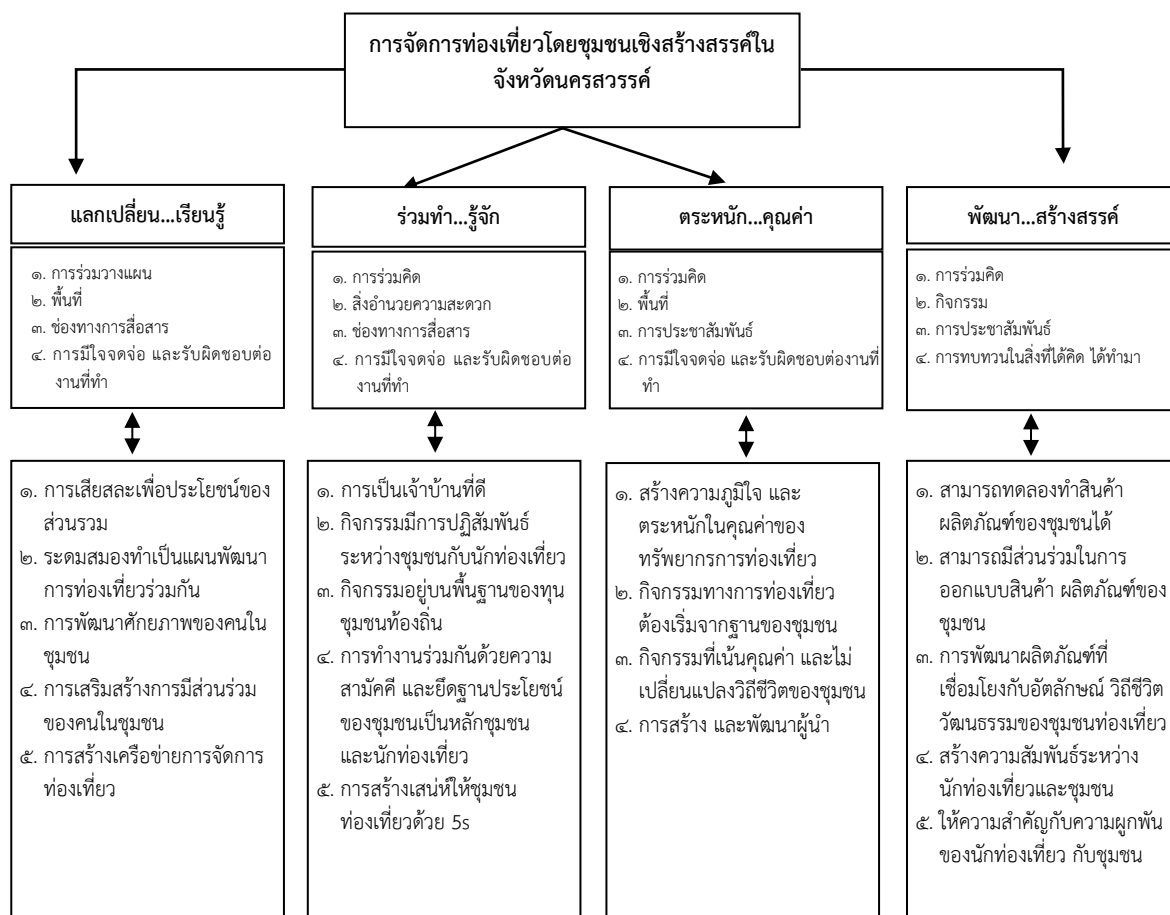
๓. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการตลาด (MARK) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๘๘ แยกเป็นอิทธิพลทางตรง ๐.๓๖ และมีอิทธิพลทางอ้อม ๐.๕๘ เป็นอิทธิพลรวม ๐.๙๔ อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมและอิทธิพลรวมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

๔. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ (MANA) กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีขนาดความสัมพันธ์ = ๐.๙๒ ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R-SQUARE) ของสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่าการบริหารจัดการ (MANA) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๖๒ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) และการตลาด (MARK) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริหารจัดการ ได้ร้อยละ ๖๒.๐๐ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๙๘ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) การตลาด (MARK) และการบริหารจัดการ

(MANA) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ ๙๘.๐๐

เมื่อผู้วิจัยนำผลจากการวิจัยเชิงปริมาณมาเป็นฐานในการตั้งคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๗ รูป/ท่าน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ รวมถึงการเสนอแนะข้อคิดเห็นในประเด็นที่มีข้อขัดแย้ง หรือเห็นควรเพิ่มเติมให้ชุดความรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลจากการวิเคราะห์สามารถสรุปเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้

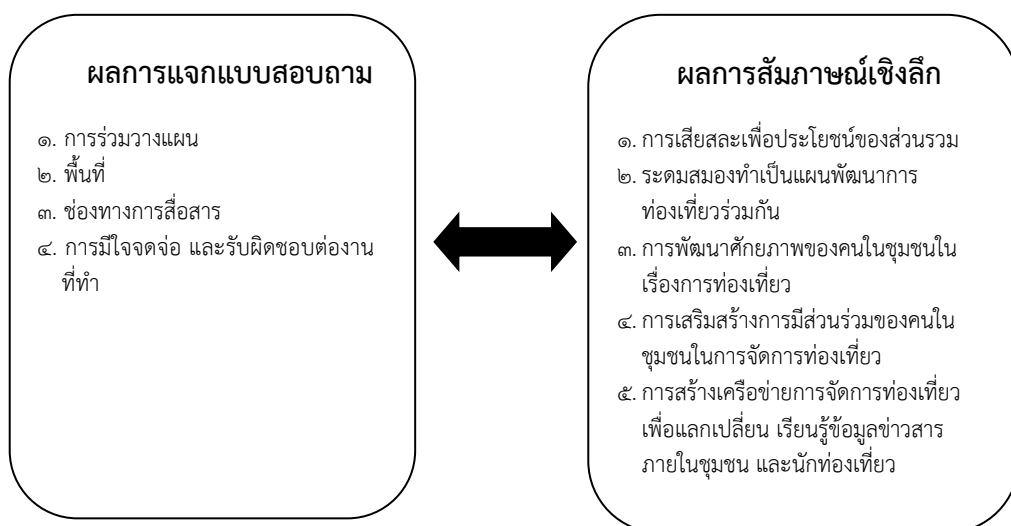


ภาพที่ ๔.๓

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ฉบับร่าง (จากการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก)

๑) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)

การวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดในแต่ละด้าน คือ การร่วมวางแผน (.๕๖๒**), พื้นที่ (.๖๐๘**), ช่องทางการสื่อสาร (.๖๔๕**) และการมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (.๘๓๓**) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) จะเกิดขึ้นได้โดยเริ่มต้นจากคนชุมชนท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนร่วมในการประชุมระดมสมองในการวางแผน ติดตาม ประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะเดียวกันยังค้นพบเพิ่มเติมว่า การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม, การระดมสมองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน, การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ซึ่งจะทำให้การแลกเปลี่ยน..เรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงได้สรุปตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) ดังนี้



ภาพที่ ๔.๔ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)

การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวที่มีฐานมาจากวัฒนธรรม วิธีชีวิตความเป็นอยู่ หรือโบราณสถานที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นคุณค่าของรากเหง้า ความเป็นตัวตนการเพิ่มมูลค่าเกิดจากการตระหนักรู้ในคุณค่าและนำมาซึ่งการสื่อความหมายได้อย่างสร้างสรรค์มีการออกแบบกิจกรรมให้เกิดประสบการณ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ได้ลงมือทำด้วยความทรงจำ และสร้างความประทับใจให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อไปค้นหาและเรียนรู้สิ่งที่มีคุณค่าชุมชนซึ่งแตกต่างจากการเดินทางไปพักผ่อนด้วยความเคยชินในความสะดวกสบาย ซึ่งมีพึงพอใจความแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวบางคนต้องการความสะดวกสบาย บางคนต้องการโพสต์เรื่องราว ประสบการณ์ผ่าน Social Media ดังนั้นแล้วการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่อาจจะยังมีนักท่องเที่ยวสนใจไม่มากแต่เป็นสิ่งที่สำคัญในการเลือกนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวชุมชน “คนที่ชอบ...คือคนที่ใช่” ดังนั้นการบริหารจัดการเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม จะเกิดขึ้นโดยที่ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วมของคนชุมชนที่มีความมั่นใจ เข้าใจในคุณค่าของกิจกรรมที่ทำและพร้อมที่จะทำให้กิจกรรมดังกล่าวนี้เป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยผ่านการจัดการท่องเที่ยวและการจัดการชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว โดยชุมชนจะต้องมีการจัดการท่องเที่ยว การบริหารจัดการชุมชนรวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล ความเป็นจริงของชุมชนท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยใช้สมรรถภาพของท้องถิ่นวางอยู่บนฐานของการสร้างสรรค์อันเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่ การนำเข้าความคิด และทักษะความรู้เกี่ยวกับการจัดการของคนชุมชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทำให้ได้ข้อเท็จจริงในเชิงพื้นที่ที่นำไปสู่การสร้างตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

๑.๑) การมีส่วนร่วมในการวางแผน โดยการประชาคมหมู่บ้านเพื่อวางแผน ติดตาม และประเมินผลอย่างรอบด้าน เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ จากความร่วมมือของแต่ละภาคส่วนงาน ชาวบ้าน ชุมชน หน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรทางศาสนา เช่น การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาชุมชน หรือสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยว การวิเคราะห์สภาพปัญหาของชุมชน และการกำหนดกฎ ระเบียบ กฎเกณฑ์ในการใช้ทรัพยากรทางการทางธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม

๑.๒) การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้

นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม และมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้อม ตำรวจ, อาสาสมัครชุมชน โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและชุมชน

๑.๓) การจัดการด้านการสื่อสาร เป็นเส้นทางที่นำข้อมูลไปสู่กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วช่องทางในการสื่อสารจึงแตกต่างกันไปตามความถนัด ความชำนาญของสมาชิกชุมชน ทั้งนี้การนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และจดจำได้นั้นเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่มีในพื้นที่ สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วย เช่น เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ Website Facebook Youtube แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอกชุมชน ป้ายหมู่บ้านท่องเที่ยวบริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุชุมชน และเสียงตามสาย เป็นต้น

๑.๔) การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ โดยการการสร้างขวัญ และกำลังใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (ฉันทะ) ความมุ่งมั่น (จิตตะ) ทุ้มเท (วิริยะ) เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นที่จะต้องเริ่มต้นจากชุมชน และคนชุมชนเป็นหลักซึ่งหากคนชุมชนมีความเชื่อมั่นในตนเอง และสิ่งที่ทำ คือ การจัดการท่องเที่ยวด้วยความมุ่งมั่น ทุ้มเทกำลังร่างกาย ใจอย่างเต็มกำลังความสามารถก็จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ และคนชุมชนก็มีความสุข (คนสำราญ งานสำเร็จ)

๑.๕) การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา) การทำงานบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนหม่มาก รวมถึงการสร้าง ซ่อม เสริมในทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นการเสียสละ และการยึดในประโยชน์ของส่วนเป็นที่ตั้ง จะยังผลให้เกิดความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกันผลประโยชน์ที่ได้อาจไม่ได้มาจากรูปีเงิน หรือทรัพย์สินเพียงอย่างเดียว การได้รับผลจากสิ่งอำนวยความสะดวก และความสุขของชุมชนก็เป็นการเพิ่มทุนทางสังคมอีกทางหนึ่งด้วย โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจ การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ หรือการจัด Workshop เพื่อสร้างความสามัคคี เปิดใจระหว่างกัน หรือการทำสู่ขวัญโดยผู้เฒ่า ผู้แก่ที่ได้รับความเคารพจากคนชุมชนให้ทุกคนชุมชนรู้สึกถึงความสัมพันธ์อันดีที่ควรมีต่อกัน

๑.๖) การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำมากลั่นกรองทำเป็นแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน เป็นกระบวนการเชิงรุกในการจัดการท่องเที่ยว เพราะการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และสนใจชุมชนท่องเที่ยวนั้นจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการช่วยในการส่งเสริม และสนับสนุนหรือสร้างจุดสนใจ

๑.๗) การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว เช่น อบรม มัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย, นักเล่าเรื่องชุมชน และปราชญ์ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการรับรอง นักท่องเที่ยว หรือให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ เพื่อสร้างความประทับใจอันเป็นการสร้างการตัดสินใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

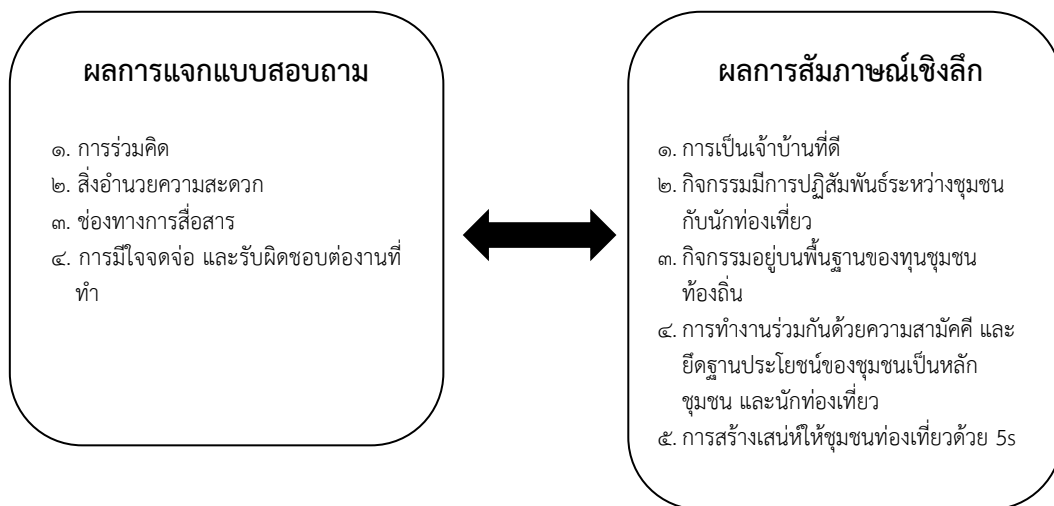
๑.๘) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการสร้าง ความสนใจ ความดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยว ยังเป็นความร่วมมือ ช่วยเหลือและประสานสัมพันธ์กันระหว่างคนชุมชน ดังนั้นแล้วจะต้องรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และร่วมในการเป็นตัวแทนของชุมชนไม่ว่าจะมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือไม่ เช่น การส่งเสริมให้คนชุมชนใส่ผ้าพื้นถิ่นในทุกวันพระ หรือในโรงเรียนของชุมชน, การนำพาบุตรหลาน หรือคนในครอบครัวเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวชุมชน คนชุมชนก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการต้อนรับด้วยไมตรีจิต อันจะนำมาซึ่งการกระจายรายได้ให้แก่คนชุมชน

๑.๙) การสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูล ข่าวสารภายในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และต่างอำเภออันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยน นักท่องเที่ยว และสร้างจุดต่างทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น รวมถึงการสร้าง ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้ในข้อมูลที่สนใจหรือเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมอันจะนำไปสู่การบอกต่อแก่คนใกล้ชิดให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือรู้จักในตัวตนของชุมชนท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

๒) ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)

การวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์” ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดในแต่ละด้าน คือ การร่วมคิด (.547**), สิ่งอำนวยความสะดวก (.637**), ช่องทางการสื่อสาร (.723**) และการมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (.789**) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) จะเกิดขึ้นได้โดยสมาชิกชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นในการวิเคราะห์ถึง จุดแข็ง และเอกลักษณ์ของชุมชน และยังคงค้นพบว่าการเป็นเจ้าของที่ดี กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น การทำงานร่วมกัน ด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชน

ท่องเที่ยวด้วย 5S จะทำให้การร่วมทำรู้จักในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงได้สรุปตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) ดังนี้



ภาพที่ ๔.๕ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)

การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันสร้างสรรค์ระหว่างชุมชน และนักท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับคุณค่าเมื่อได้มีการเข้าไปร่วม และมีความทรงจำกับเหตุการณ์ส่วนร่วมนั้น ๆ ลักษณะของประสบการณ์ประกอบไปด้วย ๕ มิติ ได้แก่ ชอบความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ความประหลาดใจ และการมีส่วนร่วม เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของฐานชุมชน ฐานวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน สร้างประสบการณ์ ได้รับความรู้สึกร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นผลให้เกิดความเกี่ยวข้อง ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ส่งผลให้เกิดการวิเคราะห์จุดเด่น และเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการบริหารจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว เกิดขึ้นโดยการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งจะมีความหลากหลายของรูปแบบประสบการณ์ที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเข้าร่วมตามความ

หลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวนับตั้งแต่การร่วมกิจกรรม การดู การชิม การทดลองปฏิบัติ การซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน หรือเรียนรู้ทักษะบางด้านในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทำให้ได้ข้อเท็จจริงในเชิงพื้นที่ที่นำไปสู่การสร้างตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

๒.๑) การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น ทั้งยังควรเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะในที่ประชุม และการตัดสินใจในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และเอกลักษณ์ของชุมชนในการนำมาสร้าง และพัฒนาเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม เช่น มีการจัดเวทีประชาคม การมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันพิจารณาข้อมูลของพื้นที่ สภาพปัญหา ทิศทางธรรมชาติ อัตลักษณ์ จุดแข็งของหมู่บ้าน ร่วมกันจัดทำแนวคิดในการวางผัง และการเขียนภาพทัศนียภาพในการพัฒนาภูมิทัศน์หมู่บ้านท่องเที่ยว และดำเนินกิจกรรมตามความเหมาะสมกับบริบทของหมู่บ้าน และให้สอดคล้องกับการนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของหมู่บ้านภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน

๒.๒) การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น การมีถนนหนทางที่สะดวก สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และการมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว การที่ชุมชนจะเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้นั้น ต้องมีความเชื่อมโยงของผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บุคคลที่ประกอบอาชีพอื่นชุมชน กระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนถือเป็นจิ๊กซอว์ในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว อาหาร ที่พัก ของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งแต่ละชุมชนไม่ต้องมีครบทุกอย่าง แต่สามารถมีกระบวนการเชื่อมโยงกันเพื่อเติมเต็มการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์ร่วมกัน

๒.๓) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับ บริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยใจจริง (ทาน) รวมทั้งมีการปรับปรุงพัฒนาบุคลิกภาพ การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน ทั้งนี้ชาวบ้านชุมชนและภาคีภาคีก็มีการศึกษาหาความรู้เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการรวมถึงสถานที่ต่าง ๆ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส อันเป็นสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาเยือน

๒.๔) กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมิได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา ต้องมีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม และสร้างเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือความงามที่สามารถสร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ และดึงดูดนักท่องเที่ยวอยากกลับมาอีก เช่น การเรียนรู้ภาษาถิ่น การเข้าไปมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตกับคนชุมชน เป็นต้น

๒.๕) กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จากวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อันเป็นเสน่ห์ชุมชน ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่น เช่น การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับภาษาถิ่นดั้งเดิม การแต่งกาย การแสดง การละเล่น การชิมอาหารพื้นบ้าน อุปกรณ์เครื่องจักสานที่ใช้ในการทำมาหากิน เป็นต้น

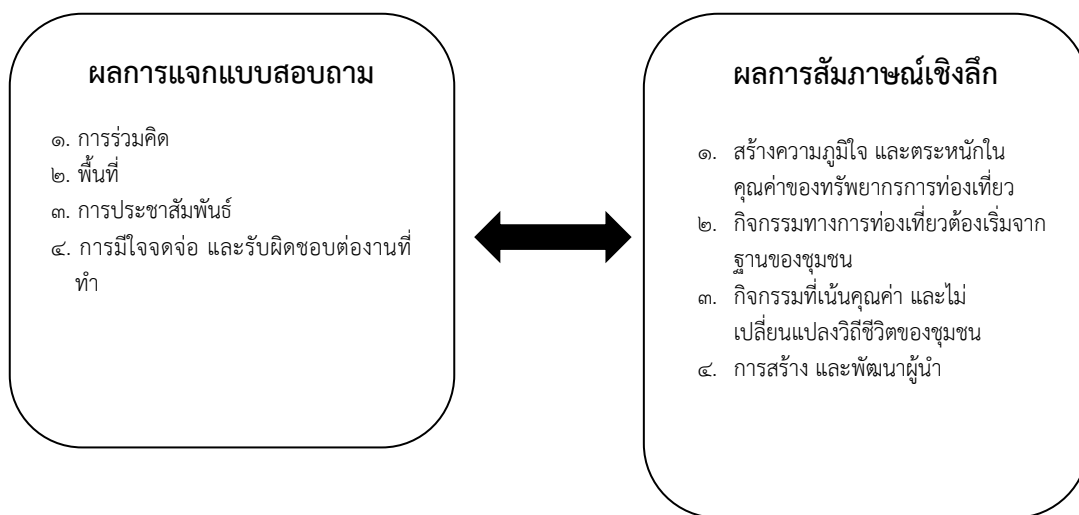
๒.๖) การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม) ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องทำงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรายงานผลเป็นลายลักษณ์อักษร หรืออาจทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันจะเป็นการสร้างสามัคคีให้เกิดชุมชน ทั้งนี้จะต้องมีการกระจายรายได้ให้แก่คนชุมชนได้รับประโยชน์ซึ่งอาจไม่ได้อยู่ในรูปของตัวเงิน แต่อยู่ในรูปของสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวก และอาจส่งผลต่อการกินดี อยู่ดี มีสุขของชุมชนด้วย

๒.๗) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S ประกอบด้วย SMILE คนชุมชนเจ้าบ้านมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ STORY ชุมชนมีเรื่องราว/เรื่องเล่า ที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ SECREAT ชุมชนมีความลับเล็ก ๆ ที่เป็นเสน่ห์ มีสูตรเด็ดอาหารพื้นถิ่น และวิธีการปรุงที่เป็นเสน่ห์ของชุมชน SURPRISE ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สถานที่สะอาด และ SPIRIT ชุมชนเจ้าของบ้านมีความพร้อมในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างน่าประทับใจ เพื่อสร้างให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน

๓) ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)

การวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๘๘$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดในแต่ละด้าน คือ การร่วมคิด (.๔๓๐**) พื้นที่ (.๕๗๗**), การประชาสัมพันธ์ (.๕๘๒**) และการมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (.๖๖๒**) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) จะเกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การตระหนักคุณค่าในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงได้สรุปตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) ดังนี้



ภาพที่ ๔.๖ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)

การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่เป็นการสัมผัส และตระหนักในคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยว ความรัก และภูมิใจชุมชน และการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวจากความจริงแท้ และดั้งเดิมของชุมชน กิจกรรมต่าง ๆ จะทำให้เกิดเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวบนความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง โดยไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิตที่สร้างความประทับใจ ทำให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ดังนั้นการบริหารจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ เกิดขึ้นโดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะตระหนักต้องรู้ว่าตนเองคือใคร และอยู่ที่ไหน ต้องพยายามที่จะกำหนดตนเองให้ชัดเจนและแตกต่างไปจากคนอื่น ซึ่งไม่ใช่คำนึงถึงเฉพาะทุนทาง

วัฒนธรรม หรือทุนของการสร้างสรรค์แบบที่จับต้องได้ที่ชุมชนของตนมีเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงทรัพยากรที่ไม่อยู่ในรูปของวัตถุด้วย เช่น บรรยากาศ ทักษะ ความสร้างสรรค์ และสภาพแวดล้อมด้วย เป็นการสร้างสรรค์จากสิ่งที่ชุมชนมีอยู่ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมายและความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำให้ได้ข้อเท็จจริงในเชิงพื้นที่ที่นำไปสู่การสร้างตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

๓.๑) การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมชุมชนในการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

๓.๒) การสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้แก่คนชุมชน เป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของในทรัพยากรของชุมชนเพื่อให้เกิดการร่วมกันสอดส่อง ดูแล เป็นหูเป็นตา และร่วมกันในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังคงอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

๓.๓) การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชน เป็นการพัฒนาจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน เป็นการจัดการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วจากความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้าง ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวบนฐานการจัดการของชุมชน โดยชุมชนได้รับประโยชน์แทนการสร้างใหม่ และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งความไม่ยั่งยืน และความไม่ต่อเนื่องทางการท่องเที่ยว

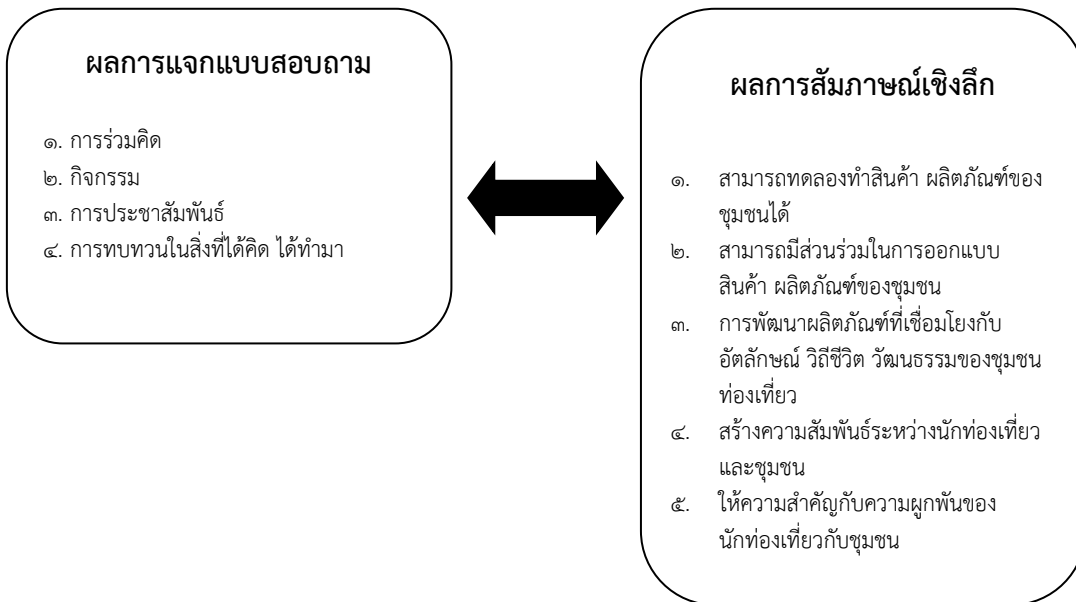
๓.๔) เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน เมื่อคนชุมชนตระหนัก และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของชุมชนท่องเที่ยว จึงควรมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ตัดสินใจในการรับรู้ถึงการกระทำ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อประเมินถึงผลได้ ผลเสีย ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการประชาคมหมู่บ้าน การประกาศผ่านเสียงตามสายของชุมชน หรือการประชุมกลุ่มย่อยของแต่ละหมู่บ้าน เป็นต้น

๓.๕) กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรยึดชุมชนเป็นที่ตั้งในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ในการดำเนินตามวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่วางอยู่บนพื้นฐานของการมีประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ไปพร้อมกับคนชุมชน มิใช่การท่องเที่ยวที่เพียงเที่ยวชม มองดู และคิดใคร่ครวญ ดังนั้นแล้ว กิจกรรมต่างที่เกิดขึ้นจึงควรเน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพียงชั่วคราวและกลับออกไป แต่ชุมชนจะต้องยังคงอยู่ตลอดไป

๓.๖) การสร้าง และพัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ จัดการดี มีมนุษยสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวแทนเพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการดูแล และควบคุมให้คนชุมชนช่วยกันทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงการประสานความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน ชุมชน ภาครัฐ (ทุติยปาปนิกรรม)

๔) ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)

การวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดในแต่ละด้าน คือ การร่วมคิด (.688**), กิจกรรม (.587**), การประชาสัมพันธ์ (.665**) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (.637**) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) จะเกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การพัฒนาสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จจ้อย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงได้สรุปตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) ดังนี้



ภาพที่ ๔.๗ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)

การลงมือทำสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม การแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการบริหารจัดการเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ จะเกิดขึ้นโดยที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชนในการลงมือทำสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด ผ่านประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมและเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เรียนรู้ประสบการณ์ การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เข้าใจในพื้นที่ท่องเที่ยวและช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นเท่านั้น การท่องเที่ยวยังมีส่วนในการสร้างสรรค์ และพัฒนาพื้นที่เป้าหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอีกด้วย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทำให้ได้ข้อเท็จจริงในเชิงพื้นที่ที่นำไปสู่การสร้างตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

๔.๑) การจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่พนักงานท่องเที่ยว เช่น การปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย มีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน มีกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว

๔.๒) นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ อันเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ ที่เขาบริโภคเอง

๔.๓) ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน

๔.๔) นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน

๔.๕) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน จากผู้นำเที่ยวให้กลายเป็นผู้สอน ผู้แนะนำ และส่งต่อความหมายและทักษะบางประการให้กับนักท่องเที่ยว

๔.๖) ชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชน ส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนชุมชน และสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับชุมชน การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ จะเกิดขึ้นได้จากการบริหารจัดการผ่านองค์ประกอบใน ๔ ด้าน ประกอบด้วย ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) และด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) จนกระทั่งเกิดการลงมือทำในกิจกรรมต่าง ๆ และสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การวิเคราะห์ผลจากการนำตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ครั้งที่ ๒ ที่ได้จากการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าสู่การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน ๘ รูป/คน เพื่อยืนยันตัวแบบตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

๑) ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม

ตารางที่ ๔.๑๖ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๑. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)	๔.๒๘	๐.๒๕	๔.๒๘	๐.๓๗	๔.๒๒	๐.๔๒	๔.๓๒	๐.๓๒
๒. ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)	๔.๔๖	๐.๔๓	๔.๔๙	๐.๔๔	๔.๑๔	๐.๗๐	๔.๔๖	๐.๔๗๓
๓. การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)	๔.๔๓	๐.๓๘	๔.๔๐	๐.๓๕	๓.๗๘	๐.๔๙	๔.๐๐	๐.๒๔
๔. ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)	๔.๓๑	๐.๔๑	๔.๓๗	๐.๓๘	๔.๒๖	๐.๔๙	๔.๓๓	๐.๔๒
รวม	๔.๓๗	๐.๓๓	๔.๓๙	๐.๓๕	๔.๑๐	๐.๕๐	๔.๒๘	๐.๓๓

จากตารางที่ ๔.๑๖ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงการประเมินผลในประเด็นความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๑๐$) นอกจากนั้นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

๒) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)

ตารางที่ ๔.๑๗ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๑. การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๓.๘๙	๐.๙๒๓	๓.๘๙	๐.๙๓
๒. การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน	๔.๐๐	๐.๐๐	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓
๓. การจัดการด้านการสื่อสาร เช่น เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ Website Facebook Youtube แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอกชุมชน ป้ายหมู่บ้านท่องเที่ยวบริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุชุมชน และเสียงตามสาย	๔.๑๑	๐.๗๙	๔.๑๑	๐.๗๙	๔.๑๑	๐.๗๙	๔.๓๓	๐.๘๗
๔. การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ โดยการการสร้างขวัญ และกำลังใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (ฉันทะ) ความมุ่งมั่น (จิตตะ) ทุ่มเท (วิริยะ)	๔.๐๐	๑.๐๐	๓.๖๗	๐.๕๐	๓.๗๘	๐.๖๗	๓.๘๙	๐.๗๘
๕. การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา) การทำงานบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชน หมู่่มาก และการยึดในประโยชน์ของส่วนเป็นที่ตั้งจะยังผลให้เกิดความสามัคคี	๔.๖๗	๐.๕๐	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๐๐	๐.๐๐

ตารางที่ ๔.๑๗ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๖. การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำมากลับกรองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐
๗. การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว เช่น อบรมมัคคุเทศก์มัคคุเทศก์น้อย, นักเล่าเรื่องชุมชน และปราชญ์ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการรับรองนักท่องเที่ยว หรือให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๕๖	๐.๕๓
๘. การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการสร้าง ความสนใจ ความดึงดูดใจให้แก่ นักท่องเที่ยว ยังเป็นความร่วมมือ	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๕๖	๐.๕๓
๙. การสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูลข่าวสาร ภายชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และต่างอำเภออันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยน นักท่องเที่ยว และสร้างจุดต่าง	๔.๒๒	๐.๔๔	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๗๘	๐.๔๔
รวม	๔.๒๘	๐.๒๕	๔.๒๘	๐.๓๗	๔.๒๒	๐.๔๒	๔.๓๒	๐.๓๒

จากตารางที่ ๔.๑๗ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) ผลการวิจัย พบว่า

ผลการประเมินด้านความถูกต้อง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๒๘$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา) การทำงานบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนหมุ่มมาก และการยึดในประโยชน์ของส่วนเป็นที่ตั้งจะยังผลให้เกิดความสามัคคี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๖๗$) รองลงมา คือ การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว เช่น อบรมมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย, นักเล่าเรื่องชุมชน และปราชญ์ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการรับรองนักท่องเที่ยว หรือให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ ($\bar{X} = ๔.๕๖$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ($\bar{X} = ๔.๐๐$)

ผลการประเมินด้านความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๒๘$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และการเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา) การทำงานบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนหมุ่มมาก และการยึดในประโยชน์ของส่วนเป็นที่ตั้งจะยังผลให้เกิดความสามัคคีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๕๖$, S.D.=๐.๕๓) รองลงมา คือ การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว, การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำมาถกเถียงกันเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน เป็นกระบวนการเชิงรุกในการจัดการท่องเที่ยว, การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว เช่น อบรมมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย, นักเล่าเรื่องชุมชน และปราชญ์ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการรับรองนักท่องเที่ยว หรือให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ, การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการสร้าง ความสนใจ ความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ยังเป็นความร่วมมือ ช่วยเหลือและประสานสัมพันธ์กันระหว่างคนชุมชน และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และต่างอำเภออันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว และสร้างจุดต่างทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ($\bar{X} = ๔.๓๓$, S.D.=๐.๕๐) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ โดยการสร้างขวัญ และกำลังใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (ฉันทะ) ความมุ่งมั่น (จิตตะ) ทุ่มเท (วิริยะ) ($\bar{X} = ๓.๖๗$)

ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และต่างอำเภออันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว และสร้างจุดต่างทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D.=0.53) รองลงมา คือ การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา) การทำงานบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนหมุ่มมาก และการยึดในประโยชน์ของส่วนเป็นที่ตั้งจะยังผลให้เกิดความสามัคคี, การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำมากลั่นกรองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน เป็นกระบวนการเชิงรุกในการจัดการท่องเที่ยว และการพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว เช่น อบรมมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย, นักเล่าเรื่องชุมชน และปราชญ์ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการรับรองนักท่องเที่ยว หรือให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.50) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ โดยการการสร้างขวัญและกำลังใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (ฉันทะ) ความมุ่งมั่น (จิตตะ) ทุ่มเท (วิริยะ) ($\bar{X} = 3.78$)

ผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และต่างอำเภออันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว และสร้างจุดต่างทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.78$) รองลงมา คือ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดการสร้าง ความสนใจ ความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว ยังเป็นความร่วมมือ ช่วยเหลือและประสานสัมพันธ์กันระหว่างคนชุมชน ($\bar{X} = 4.56$, S.D.=0.53) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ โดยการการสร้างขวัญและกำลังใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (ฉันทะ) ความมุ่งมั่น (จิตตะ) ทุ่มเท (วิริยะ) ($\bar{X} = 3.89$, S.D.=0.78)

๓) ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)

ตารางที่ ๔.๑๘ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๑. การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น ทั้งยังควรเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๓๓	๐.๕๐	๓.๘๙	๐.๙๓	๔.๓๓	๐.๕๐
๒. การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น การมีถนนหนทางที่สะดวก สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และการมีร้านอาหารราคาเหมาะสม	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๗๘	๐.๔๔
๓. การเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับ บริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยใจจริง (ทาน) รวมทั้งมีการปรับปรุงพัฒนาบุคลิกภาพ การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับ	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๑	๐.๗๘	๓.๕๖	๐.๕๓
๔. กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๓.๘๙	๐.๙๓	๔.๑๑	๐.๗๘

ตารางที่ ๔.๑๘ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๕. กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จากวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อันเป็นเสน่ห์ชุมชน	๔.๗๘	๐.๔๔	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๕๖	๐.๕๓
๖. การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สารานุกรมธรรม) ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องทำงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรายงานผลเป็นลายลักษณ์อักษร หรืออาจทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๘๗	๔.๕๖	๐.๕๓
๗. การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S ประกอบด้วย SMILE STORY SECREAT SURPRISE และ SPIRIT เพื่อสร้างให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๓๓	๐.๘๗
รวม	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๔	๐.๗๐	๔.๕๖	๐.๕๓

จากตารางที่ ๔.๑๘ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ด้านการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) ผลการวิจัย พบว่า

ผลการประเมินด้านความถูกต้อง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๔๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จากวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อันเป็นเสน่ห์ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๗๘$) รองลงมา คือ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น การมีถนนหนทางที่สะดวก สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และการมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว, กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา และการสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S ประกอบด้วย SMILE STORY SECREAT SURPRISE และ SPIRIT เพื่อสร้างให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน ($\bar{X} = ๔.๕๖$, S.D.=๐.๕๓) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น ทั้งยังควรเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะในที่ประชุม และการตัดสินใจในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{X} = ๔.๑๑$)

ผลการประเมินด้านความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๔๙$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น การมีถนนหนทางที่สะดวก สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และการมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว, การเป็นเจ้าของที่ดี โดยสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับ บริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยใจจริง (ทาน) รวมทั้งมีการปรับปรุงพัฒนา บุคลิกภาพ การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน, กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา, กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จากวิถี

วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อันเป็นเสน่ห์ชุมชน และการสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S ประกอบด้วย SMILE STORY SECREAT SURPRISE และ SPIRIT เพื่อสร้างให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๕๖$, S.D.=๐.๕๓) รองลงมา คือ การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น ทั้งยังควรเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะในที่ประชุม และการตัดสินใจในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน และการทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคีและยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สารานิยธรรม) ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องทำงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรายงานผลเป็นลายลักษณ์อักษร หรืออาจทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\bar{X} = ๔.๓๓$, S.D.=๐.๕๐)

ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๑๔$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S ประกอบด้วย SMILE STORY SECREAT SURPRISE และ SPIRIT เพื่อสร้างให้เกิดจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในการสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๕๖$) รองลงมา คือ การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สารานิยธรรม) ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องทำงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรายงานผลเป็นลายลักษณ์อักษร หรืออาจทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\bar{X} = ๔.๓๓$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษาหารือ หรือการรับฟังความคิดเห็น ทั้งยังควรเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะในที่ประชุม และการตัดสินใจในที่ประชุมเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน และกิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมแต่ได้มีโอกาสทำกิจกรรม สร้างประสบการณ์ สร้างความทรงจำอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามมา ($\bar{X} = ๓.๘๙$, S.D.=๐.๙๓)

ผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๔๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น การมีถนนหนทางที่สะดวก สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และการมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๗๘$) รองลงมา คือ กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยี่ยมเยือนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ใช้ประโยชน์จากวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต และ

ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อันเป็นเสน่ห์ชุมชน และการทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สารานุกรมธรรม) ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทำงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรายงานผลเป็นลายลักษณ์อักษร หรืออาจทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\bar{X} = ๔.๕๖$, S.D. = ๐.๕๓) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี โดยสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับ บริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยใจจริง (ทาน) รวมทั้งมีการปรับปรุงพัฒนาบุคลิกภาพ การใช้คำพูดที่เหมาะสม รวมถึงการแต่งกายเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน ($\bar{X} = ๓.๕๖$)

๔) ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)

ตารางที่ ๔.๑๙ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๑. การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๓๓	๐.๕๐
๒. การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมชุมชนในการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๓๓	๐.๘๗	๔.๐๐	๐.๗๑

ตารางที่ ๔.๑๙ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๓. การสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้แก่คนชุมชน เป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของในทรัพยากรของชุมชนเพื่อให้เกิดการร่วมกันสอดส่อง ดูแล เป็นหูเป็นตา และร่วมกันในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังคงอยู่และเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	๔.๓๓	๐.๘๗	๔.๕๖	๐.๕๓	๓.๘๙	๐.๙๓	๔.๒๒	๐.๔๔
๔. การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชน เป็นการพัฒนาจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน เป็นการจัดการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว	๔.๓๓	๐.๕๐	๓.๘๙	๐.๙๓	๓.๘๙	๐.๙๓	๔.๑๑	๐.๗๘
๕. เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน เมื่อคนชุมชนตระหนัก และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของชุมชนท่องเที่ยว จึงควรมีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ตัดสินใจในการรับรู้ถึงการกระทำกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อประเมินถึงผลได้ผลเสีย ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้น	๔.๗๘	๐.๔๔	๔.๗๘	๐.๔๔	๓.๗๘	๐.๖๗	๔.๒๒	๐.๔๔

ตารางที่ ๔.๑๙ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๖ กิจกรรมที่นำเสนอเป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรยึดชุมชนเป็นที่ตั้งในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บนพื้นฐานของการมีประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ไปพร้อมกับคนชุมชน	๓.๘๙	๑.๑๗	๓.๘๙	๑.๑๗	๒.๕๖	๑.๒๔	๓.๐๐	๑.๕๐
๗ การสร้าง และพัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์จัดการดี มีมนุษยสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวแทน เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการดูแล และควบคุมให้คนชุมชนช่วยกันทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงการประสานความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านชุมชน ภาครัฐ (ทุติยปาปณิกกรรม)	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๑๑	๐.๗๘	๓.๘๙	๐.๙๓	๔.๑๑	๐.๗๘
รวม	๔.๔๓	๐.๓๘	๔.๔๐	๐.๓๕	๓.๗๘	๐.๔๙	๔.๐๐	๐.๒๔

จากตารางที่ ๔.๑๙ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ด้านการชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) ผลการวิจัย พบว่า

ผลการประเมินด้านความถูกต้อง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน เมื่อคนชุมชนตระหนัก และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของชุมชนท่องเที่ยว จึงควรมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ตัดสินใจในการรับรู้ถึงการกระทำ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อประเมินถึงผลได้ ผลเสีย ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.78$) รองลงมา คือ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม และมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว, การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมชุมชนในการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ และการสร้าง และพัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ จัดการดี มีมนุษยสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวแทนเพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการดูแล และควบคุมให้คนชุมชนช่วยกันทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงการประสานความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน ชุมชน ภาครัฐ (ทุติยปาปนิกรม) ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.53) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรยึดชุมชนเป็นที่ตั้งในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บนพื้นฐานของการมีประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ไปพร้อมกับคนชุมชน ($\bar{X} = 3.89$)

ผลการประเมินด้านความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน เมื่อคนชุมชนตระหนัก และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของชุมชนท่องเที่ยว จึงควรมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ตัดสินใจในการรับรู้ถึงการกระทำ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อประเมินถึงผลได้ ผลเสีย ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.78$) รองลงมา คือ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม และมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว, การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้

ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมชุมชนในการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ และการสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้แก่คนชุมชน เป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของในทรัพยากรของชุมชนเพื่อให้เกิดการร่วมกันสอดส่อง ดูแล เป็นหูเป็นตา และร่วมกันในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังคงอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.53) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชน เป็นการพัฒนาจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน เป็นการจัดการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.53)

ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมชุมชนในการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา คือ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม และมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.11$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรยึดชุมชนเป็นที่ตั้งในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บนพื้นฐานของการมีประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ไปพร้อมกับคนชุมชน ($\bar{X} = 2.56$)

ผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับภูมิทัศน์ของชุมชนเพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม และมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา คือ การสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้แก่คนชุมชน เป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของในทรัพยากรของชุมชน เพื่อให้เกิดการร่วมกันสอดส่อง ดูแล เป็นหูเป็นตา และร่วมกันในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของชุมชนยังคงอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน เมื่อคนชุมชนตระหนัก และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของชุมชนท่องเที่ยว จึงควรมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ตัดสินใจในการรับรู้ถึงการกระทำ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อส่วนรวม เพื่อประเมินถึงผลได้ ผลเสีย ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้น ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.44) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรยึดชุมชนเป็นที่ตั้งในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บนพื้นฐานของการมีประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ไปพร้อมกับคนชุมชน ($\bar{X} = 3.00$)

๕) ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)

ตารางที่ ๔.๒๐ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๑. การจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น การปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย มีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน มีกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว	4.56	0.53	4.56	0.53	4.33	0.50	4.78	0.44
๒. นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ อันเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคกลายมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ ที่เขาบริโภคเอง	4.33	0.87	4.56	0.53	4.33	0.87	4.33	0.50

ตารางที่ ๔.๒๐ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน							
	ความถูกต้อง		ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้		การใช้ประโยชน์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
๓. ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชนและได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน	๔.๗๘	๐.๔๔	๔.๗๘	๐.๔๔	๔.๕๖	๐.๕๓	๔.๓๓	๐.๕๐
๔. นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน	๓.๕๖	๐.๘๘	๓.๘๙	๐.๖๐	๓.๘๙	๐.๖๐	๔.๑๑	๐.๓๓
๕. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน จากผู้นำเที่ยวให้กลายเป็นผู้สอน ผู้แนะนำ และส่งต่อความหมายและทักษะบางประการให้กับนักท่องเที่ยว	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๑๑	๐.๗๘	๔.๑๑	๐.๗๘
๖. ชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชน ส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐	๔.๓๓	๐.๕๐
รวม	๔.๓๑	๐.๔๑	๔.๓๗	๐.๓๘	๔.๒๖	๐.๔๙	๔.๓๓	๐.๔๒

จากตารางที่ ๔.๒๐ ผลการประเมินผลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์ ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) ผลการวิจัย พบว่า

ผลการประเมินด้านความถูกต้อง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๓๑$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๗๘$) รองลงมา คือ การจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย มีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน มีกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิด ($\bar{X} = ๔.๕๖$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๕๖$)

ผลการประเมินด้านความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๓๗$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๗๘$) รองลงมา คือ การจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น การปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย มีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน มีกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ อันเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ ที่เขาบริโภคเอง ($\bar{X} = ๔.๕๖$, S.D.=๐.๕๓) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๘๙$)

ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๒๖$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับ

ใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๕๖$) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ อันเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภครายมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ที่เขาบริโภคเอง ($\bar{X} = ๔.๓๓$, S.D. = ๐.๘๗) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน ($\bar{X} = ๓.๘๙$)

ผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๓๓$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สร้างความเพลิดเพลิน ความรู้ ทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย มีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน มีกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = ๔.๗๘$) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ อันเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภครายมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ที่เขาบริโภคเอง, ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นส่วนใหญ่มีการนำวัตถุดิบ/วัสดุที่มีอยู่ชุมชน และได้นำสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่ใช้เป็นของใช้และของเล่นพื้นบ้านมาปรับใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน และชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชน ส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๔.๓๓$, S.D. = ๐.๕๐) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ ภายใต้การแนะนำ และความเต็มใจของชุมชน ($\bar{X} = ๔.๑๑$, S.D. = ๐.๓๓)

สรุปวิเคราะห์ ผลการประเมินตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดนครสวรรค์ ในประเด็นที่ว่าตัวแบบฯ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่ซึ่งในภาพรวม พบว่า ใน ๔ ด้าน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้), การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก), การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) และด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) อยู่ในระดับมาก-มากที่สุดทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้) มีผลการประเมินตัวแบบในประเด็นความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ และการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นการจัดการที่เริ่มจากคนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ เช่น การแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชน การประชาคมเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็น วางแนวทางในการ

ห้องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก หรือการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน ห้องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสาร ความรู้หรือการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างจุดต่างในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน

การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก) ผลการประเมินตัวแบบในประเด็นความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด มีเพียงผลการประเมินในประเด็นความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ที่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ และการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนชุมชนเพื่อให้เกิดการนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม และให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวนั้น เป็นการจัดการที่จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลา และการทำความเข้าใจกับคนชุมชนเพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ทางตรง และทางอ้อมที่แฝงมากับการจัดการท่องเที่ยวแม้ว่ากิจกรรมที่กำหนดขึ้นในตัวแบบจะมีความถูกต้อง และเหมาะสม แต่ก็เป็น การควบคุมแบบหวังผลการดำเนินการได้ค่อนข้างลำบาก

การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) ผลการประเมินตัวแบบในประเด็นความถูกต้อง ความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นความเป็นไปได้ในการปฏิบัติและการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ และการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับคนจะเป็นประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าเป็นไปได้ดีน้อยที่สุดกว่าประเด็นการประเมินผลด้านอื่น ๆ เนื่องมาจากว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมได้ลำบาก รวมถึงการจัดกิจกรรมที่เน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชนนั้น ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะสร้างจุดเด่นลาต่อยอดจากจุดเด่นเดิมของชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มากกว่าการขายความเป็นชุมชน คุณค่าแท้ของชุมชนในการเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยว เพราะคนชุมชนให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าการสร้างคุณค่าจากการท่องเที่ยว

ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) ผลการประเมินตัวแบบในประเด็นความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ และการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดจุดเด่นของชุมชนในการนำมาสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน แต่ก็ยังเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจำกัดเฉพาะสิ่งที่ชุมชนเห็นว่าดี และเหมาะสมเท่านั้น

๖) การพัฒนา ต่อยอดตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครสวรรค์

เมื่อนักท่องเที่ยวเริ่มสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น ในขณะที่ชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวก็ ยังเป็นฝ่ายรับโดยไม่สามารถลุกขึ้นมาจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เริ่มมีชุมชนใหม่ ๆ เกิดขึ้นแต่ไม่ได้ ใช้แนวคิดและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และวางแผนการจัดการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบกิจกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน ถูกเปลี่ยนกลายเป็น “การท่องเที่ยว ชุมชน” ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ไปชุมชน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นการจัดการโดยคน ภายนอก คนชุมชนไม่ได้วางแผนในการจัดการหรือทำงานเพื่อจัดการ หรือพัฒนาการท่องเที่ยว และ มุ่งสู่เรื่องรายได้มากกว่าการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวหรือการมองประโยชน์โดยรวมที่ชุมชนจะ ได้รับและเข้ามามีส่วนร่วมด้วย การทำให้ชุมชนเข้มแข็งไม่สามารถทำได้โดยการสร้างจาก บุคคลภายนอกชุมชน หรือทำโดยการสอน การฝึกอบรม ชุมชนที่เข้มแข็งจะมีกระบวนการในการ จัดการของชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกัน มีกิจกรรมเพิ่มคุณค่าทุนทางสังคมและมีเศรษฐกิจของคนชุมชน ภายใต้อะบบความสัมพันธ์ระหว่างคนชุมชน เป็นเครือข่ายชุมชน และมีการขยายพันธมิตรออกไปนอก ชุมชนในลักษณะสร้างความสัมพันธ์ ดังนั้นทุกชุมชนจึงต้องร่วมกัน สร้างพลังชุมชน และใช้พลังชุมชน ในการพัฒนาชุมชน

ดังนั้นแล้วการที่ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จะเกิดการนำไปใช้ และมีกระบวนการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมนั้นจะต้องเริ่มจากการพัฒนาบนฐานความต้องการและ ศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยวมิใช่จากการวิเคราะห์ และสั่งการจากภาครัฐ ซึ่งผลจากการสนทนากลุ่ม ได้เสนอให้การจัดการท่องเที่ยวจะต้องมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ดังนี้

๖.๖.๑) การสร้างภาพลักษณ์ (Image)

การตัดสินใจเลือกในการทำเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนควรวิเคราะห์ถึงผลกระทบของ การท่องเที่ยวทั้งแง่บวกและลบ ชุมชนเลือกที่จะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้จัดวางบทบาทของ ตนเองเป็นบทบาทเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ “ลุกขึ้นมาจัดการ จากที่เคยเป็นผู้ถูกท่องเที่ยว” การ ท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ใช่การเปลี่ยนวิถีชุมชนแต่เป็นการนำเอากฎ-กติกา และแนวทางปฏิบัติร่วมของ กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ประชาสังคมมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อสร้างการขับเคลื่อน ชุมชนท่องเที่ยวให้ได้รับการยอมรับและมีพลังในการประสานรวมทั้งต่อรองกับภาคีที่เกี่ยวข้องอย่าง เท่าเทียมและเท่าทัน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชนท้องถิ่นที่ทำการท่องเที่ยว โดยชุมชนให้มีมาตรฐานจะสามารถสร้างการยอมรับ เกิดความมั่นใจในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการให้การเดินทางของเขาก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมทั้งยังเกิดประโยชน์ที่แท้จริงให้กับชุมชนท้องถิ่น^{๑๒๙} ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จประกอบด้วย

๑) การวิเคราะห์ชุมชนท้องถิ่น

การวิเคราะห์ชุมชนท้องถิ่นถือเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนชุมชนที่ต้องมีการตัดสินใจ วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหา ผลกระทบจากการท่องเที่ยวก่อนที่จะจัดการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และวางแผนร่วมกัน มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นองค์กร เพื่อเป็นตัวแทนในการจัดการประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้^{๑๓๐} ชุมชนเริ่มต้นค้นหาความเป็นตนเอง สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตน “ของดี” หน่วยงานและภาคที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม หนุนเสริม และพัฒนา เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ตนเองได้ เช่น การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็งของชุมชน การจัดกลุ่มตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงการวิเคราะห์คุณค่าของชุมชนว่าแท้จริงแล้ว คุณค่าแท้ของชุมชน คืออะไร จะต้องมีการหาเหตุของปัญหา เป็นการค้นหาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา จำเป็นต้องอาศัย ข้อมูลต่าง ๆ เป็นพื้นฐานประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการกำหนดจุดเริ่มต้น และจุดขายทางการท่องเที่ยวของชุมชน การที่ชุมชนสามารถระบุได้ว่าตนเองมีอะไรหรือไม่มีอะไรก็จะเป็นตัวช่วยปกป้องชุมชน และสามารถนำไปปรับปรุงข้อบกพร่องได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องทำตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แต่ในทางกลับกันก็ใช้ “ความไม่มี” นั้นไปจัดการกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มต้นโดยการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวล่วงหน้า ดังนั้นแล้วชุมชน คือ ผู้จัดการและปกป้องมรดกทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่การท่องเที่ยวไม่สามารถทำลายได้

๒) การสร้าง Blueprint ของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

สำหรับชุมชนที่เริ่มต้นจะใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนา แต่ไม่รู้ว่าจะพัฒนาอย่างไร ต้องทำอะไรบ้าง ในเบื้องต้นสามารถสร้าง Blueprint เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจกับเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ว่าชุมชนจะมีแนวทาง วิธีการและกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวอย่างไร ชุมชนท่องเที่ยวแต่ละชุมชนมีบริบทของสภาพพื้นที่ กิจกรรม และรายละเอียดที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยการปรับประยุกต์ใช้บนพื้นฐานบริบทของแต่ละชุมชน ดังนั้นการ

^{๑๒๙} สทนากลุ่ม นายพิทักษ์ ตั้งแต่, นายกองคการบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

^{๑๓๐} สทนากลุ่ม นางสาวทรงศรี อีสสรมาลา, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

สร้าง Blueprint ทางการท่องเที่ยวเป็นการกำหนดทิศทางบนพื้นฐานของการวิเคราะห์คุณค่าแท้ของชุมชนว่าควรดำเนินการไปในทิศทางใด กำหนดแผนงานการท่องเที่ยวในภาพรวม เพื่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และการสร้างเครือข่ายพันธมิตร และบูรณาการการทำงานร่วมกันในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง^{๑๓๑} รวมถึงการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วมช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น เช่น ภาครัฐควรส่งเสริม ประสาน และสนับสนุนเพื่อเชื่อมโยงโอกาส และเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว, สถาบันการศึกษา ควรให้ความรู้ และแสวงหาองค์ความรู้ที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง, ผู้ประกอบการควรส่งเสริมบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น และสรรหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน, สื่อมวลชนควรให้ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สาธารณชนมีความเข้าใจทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น และนักท่องเที่ยวควรอุดหนุนบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น และทำความเข้าใจเพื่อให้มีพฤติกรรมที่เหมาะสมในสถานที่ท่องเที่ยว Blueprint ทางการท่องเที่ยว จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นหนึ่งของการมองหาคำตอบ โดยเลือกส่วนที่เป็นปัญหา และพิจารณาร่วมกับส่วนที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน เพื่อนำไปวิเคราะห์ในเชิงลึก ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนปรับปรุงพัฒนาให้ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

๓) การสร้าง KPI (Key Performance Indicator) ของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเป็นดาบสองคมหากมีการเตรียมความพร้อมทั้งกายชุมชน และมีนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งหากมีกระบวนการเตรียมความพร้อมทั้ง ๒ ด้านแล้ว ผลที่เกิดขึ้นสามารถตอบคำถามได้ในระดับหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างไร ใน ๓ มิติ คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม, ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นตัวชี้วัดความสำเร็จของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อวัดความสำเร็จจากผู้ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายหลัก คือ การพัฒนาศักยภาพของนักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้และลงมือทำ รวมทั้งรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมและตระหนักรู้ถึง “คุณค่า” ที่ยึดโยงอยู่กับพื้นที่และชุมชน ผ่านการสืบทอดความรู้ มรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ใน

^{๑๓๑} สนั่นนาถกลุ่ม รองศาสตราจารย์ดร.สุชาติ แสงทอง, อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

ฐานารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่จึงเหมาะสมที่จะพัฒนาเพื่อรองรับซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งดำรงอยู่ในบริบทของสังคมรวมทั้งสร้างการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มีความยั่งยืน^{๑๓๒} ดังนั้นแล้วจุดเริ่มต้นของการพัฒนาจึงต้องประกอบด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ และประชาชนที่มีส่วนร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยว^{๑๓๓}

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวจะต้องเริ่มต้นจากการรู้ว่าชุมชนของตนเองเป็นมา เป็นอยู่ และจะเป็นไปอย่างไร ผ่านการวิเคราะห์ ค้นหาของดี สร้างการมีส่วนร่วม และผ่านการบริหารจัดการด้วยคนชุมชน เมื่อชุมชนเปิดตัวเรื่องการท่องเที่ยวออกสู่สาธารณะแล้วย่อมถูกคาดหวังว่าชุมชนในฐานะแหล่งท่องเที่ยวจะมีความพร้อมทั้งในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างตัวชี้วัด เนื่องจากตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ไม่สามารถที่จะกำหนดนโยบาย หรือทิศทางได้โดยปราศจากตัวชี้วัดที่มีความชัดเจน และสามารถวัดความเปลี่ยนแปลงได้ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ชุมชน, การสร้างแผนที่การท่องเที่ยวของชุมชน และการสร้างตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยว

๖.๖.๒ เทคโนโลยี (Technology)

นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมุ่งเน้นและให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม ตลอดจนวัฒนธรรม จึงเสาะแสวงหา “ความจริงแท้” เอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ต้องการมีส่วนร่วมในการได้ลงมือเพื่อสร้างสรรค์ความยั่งยืน ทั้งนี้ต้องการเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจ จากความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ ไม่ปรุงแต่ง เพิ่มเติม หรือสร้างเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการสร้างสรรค์คุณค่าจากสิ่งที่มีเพื่อช่วยเหลือ และพัฒนาผู้อื่นให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น ทั้งนี้การเข้าถึงนักท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถทำได้โดยการใช้ช่องทางออนไลน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้สื่อสารสนเทศ (IT) ในการค้นหาและรับข้อมูลข่าวสาร และอื่น ๆ ผ่านอุปกรณ์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ การนำเทคโนโลยีมาช่วยเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการตลาดมีการเน้นในเรื่องเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เป็นหลักดังนั้นการตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะการตลาดสังคมออนไลน์ เชื่อมโยงการตลาดออนไลน์-ออฟไลน์ และการบริหารช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า การทำการตลาดในยุคนี้จะทำให้ลูกค้าและผู้ให้บริการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและเชื่อมโยงในการจัดการตลาดให้

^{๑๓๒} สทนทากลุ่ม นายอาทิตย์ นิมา, นักถ่ายภาพพัฒนาเมืองนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

^{๑๓๓} สทนทากลุ่ม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง, รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝายวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

ลูกค้าเกิดความประทับใจ^{๑๓๔} รวมถึงการสร้างฐานความรู้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ยังเป็นการสร้างการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอีกด้วย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือกระจาย และเข้าถึงนักท่องเที่ยวเพื่อสร้าง กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจในพื้นที่ท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้นการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมทางการตลาด และการจัดการท่องเที่ยวจะส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์เป็นที่สนใจ และบรรลุจุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นฐานข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ของชุมชน และนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และออฟไลน์ในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการบริการการท่องเที่ยว และสนับสนุนองค์ความรู้ และเครื่องมือแก่ชุมชน

๖.๖.๓) การสืบสาน รักษา ต่อยอด (Youngblood)

ในระดับชุมชนได้มีแนวความคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นพร้อมกับการเตรียมรับมือการท่องเที่ยวที่เฟื่องฟูผ่านการส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บางพื้นที่เปราะบางจำเป็นต้องสร้างภูมิคุ้มกัน เพื่อให้รู้เท่าทันกระแสทุนนิยม การใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวพัฒนาคน พัฒนาการมีส่วนร่วมของคนชุมชนที่รู้เท่าทันปัญหาและสถานการณ์ สร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษา และพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องอาศัยการส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นให้เกิดความสมดุลกับปัญญา อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและเกื้อกูลต่อการสร้างคุณค่า และมูลค่าต่อเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ยังขาดความรู้ที่ชัดเจนทำให้ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และชุมชนท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย จากแนวคิดของการจัดการความรู้ซึ่งเป็นกระบวนการของการสร้างความรู้ เพื่อนำพาชุมชนท่องเที่ยวไปสู่ความสำเร็จการจัดการความรู้จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะสามารถนำมาใช้ในการสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ได้ การจัดการความรู้เป็นกระบวนการในการส่งเสริม การสร้าง การแลกเปลี่ยน และการใช้ประโยชน์จากความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อลดการสูญหายของทุนทางปัญญา (ความรู้) ประกอบด้วย ๔ กระบวนการ ได้แก่ (๑) การค้นหาองค์ความรู้ คือ การพัฒนาความรู้ใหม่ทั้งที่เป็นความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ฝังลึก ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์ ข้อมูล และสารสนเทศ (๒) การจัดเก็บองค์ความรู้ คือ กระบวนการจัดเก็บองค์ความรู้ที่ชัดเจนหรือความรู้ฝังลึก ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้จากคน สิ่งประดิษฐ์ และหน่วยงานภายในองค์กร (๓) การถ่ายทอดองค์ความรู้ คือ การถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ฝังลึกไปสู่บุคคล กลุ่มคน

^{๑๓๔} สทนทากลุ่ม นายชัยรัตน์ พิภพ, ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

และองค์กร และ (๔) การประยุกต์ใช้ความรู้ คือ การใช้ประโยชน์ความรู้ที่ได้จากการค้นหาองค์ความรู้ การจัดเก็บองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มาประกอบการพิจารณาการตัดสินใจเพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในอนาคตมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยประโยชน์ที่ได้จากการจัดการความรู้ คือ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว คนชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน สร้างจิตสำนึก เกิดแบบแผนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยมีการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง และมีกฎ กติกาในการดูแลรักษาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน^{๑๓๕}

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสืบสาน รักษา ต่อยอด จะต้องมีการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือในการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งได้มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านกระบวนการค้นหา วิเคราะห์ เพื่อให้เกิดกระบวนการถ่ายทอด การนำไปประยุกต์ใช้องค์ความรู้ นั้น ๆ และการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท่องเที่ยวต่อไป ประกอบด้วย การค้นหาองค์ความรู้, การจัดเก็บองค์ความรู้, การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้

๖.๖.๔) การบริการด้วยใจ (Service Mind)

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ผู้ต้นคิด (Thinker) ผู้นำ (Leader) และผู้ทำ (Worker) จะต้องเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ระเบิดจากภายใน ต้องมุ่งพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้คน และครอบครัวชุมชนที่เข้าไปพัฒนาให้มีสภาพพร้อมที่จะรับการพัฒนาเสียก่อน แล้วจึงค่อยออกมาสู่สังคมภายนอก มิใช่การนำเอาความเจริญจากสังคมภายนอกเข้าไปหาชุมชน ซึ่งหลายชุมชนยังไม่ทันได้มีโอกาสเตรียมตัวหรือตั้งตัว จึงไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงและนำไปสู่ความล้มเหลวได้ ด้านทัศนคติที่ดีในการบริการของคนชุมชนจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ๓ จิต ประกอบด้วย จิตสำนึกในการตื่นรู้ในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว จิตสาธารณะในการตระหนักรู้ในประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และจิตอาสาในการสมัครใจ เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านกรอบความคิดจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ๓ โลก ประกอบด้วย โลกทัศน์ (Worldview) มุมมองเป็นสิ่งพื้นฐานสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจกระทำทั้งในด้านบวกและลบ แต่ละคนมีโลกทัศน์แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมทางสังคม มีลักษณะเฉพาะของตนเอง มีกฎระเบียบ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ รวมทั้งกระบวนการคิดที่ถ่ายทอดสืบทอดกันมา ดังนั้นคนที่เติบโตมาในสังคมหนึ่งจะซึมซับเอามาเป็นลักษณะของตนเองโดยไม่รู้ตัว เช่น ความซื่อตรง การเคารพซึ่งกันและกัน การเคารพสิทธิของผู้อื่น การเคารพตัวเอง การนับถือชีวิต ความมีจิตใจโอบอ้อมอารี และประสบการณ์ เป็นสิ่งที่มนุษย์แต่ละคนได้รับมาเริ่มจากครอบครัว การเลี้ยงดู ความสัมพันธ์ในครอบครัว และสะสมเพิ่มขึ้น

^{๑๓๕} สทนทากลุ่ม พระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์ มหาวิทยาลัยมหาลาฬกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

เมื่อเติบโตขึ้นตามวัยทั้งจากเพื่อนวัยรุ่น วัยทำงาน ดังนั้นผู้คนในสังคมเดียวกันจะมีความแตกต่างกัน ออกไปได้ ประสบการณ์การเรียนรู้และรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ประมวลเข้าด้วยกันจะสร้างขึ้นเป็น เอกลักษณ์ของแต่ละคน และเป็นเหตุเบื้องต้นที่สำคัญทำให้มนุษย์มีมุมมองในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน ออกไป ดังนั้นในเรื่องเดียวกันแต่ละคนมีความรู้สึกต่างกัน หรือคล้อยตามก็ได้ตามทัศนคติของตนเอง, มโนทัศน์ (Concept) เป็นการมองภาพต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชนให้มีความสอดคล้องกันให้ เป็นภาพที่คมชัด กระชับสามารถอธิบายได้ เป็นการคิดรวบยอด สร้างกรอบความคิดให้ชัดเจน สามารถถ่ายทอดออกไปได้ โดยจะต้องนึกสังเกต นึกตีความ และเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลที่ได้รับมา กับกรอบความคิดเดิม และวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นเข็มทิศที่สำคัญของผู้นำที่ใช้นำจากแนวทาง ผู้นำที่ ฉลาดจะไม่ผลักดันหรือฉุดรั้งผู้ตาม ไม่ทำตนเป็นเจ้านายของลูกน้อง แต่ผู้นำจะออกมายืนแถวหน้า เพื่อบอกทิศทางและใช้วิสัยทัศน์สร้างแรงบันดาลใจ แรงดลใจ ตลอดจนวางแนวทางและสร้างพลัง ให้แก่ผู้ตามโดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกคนทุ่มเทเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ ดังนั้นแล้วการจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์นั้นชุมชนจะต้องตระหนักถึงความสำคัญ ของบทบาทและหน้าที่ของ ตนเอง มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ฝึกฝนเรียนรู้เทคนิคในการเข้าใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกให้ มากขึ้น มีการสื่อสารประสานงานที่ดีทั้งภายในและภายนอก ระดมสมองทำกิจกรรมประยุกต์การ สร้างบริการอันโดดเด่นตรงใจเพื่อสร้างความประทับใจ^{๑๓๖} การปรับเปลี่ยนทัศนคติและประยุกต์ต่อ ยอดความรู้ด้านการให้บริการอย่างเป็นเลิศได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การบริการด้วยใจเป็นการใส่ใจในทุกกระบวนการของการ จัดการท่องเที่ยวที่จะต้องดำเนินการผ่านคนชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านในการต้อนรับนักท่องเที่ยว อันเป็น การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประทับใจและตัดสินใจ กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในพื้นที่ การบริการด้วยใจประกอบด้วย ๓ จิต คือ จิตสำนึกในการตื่นรู้ใน คุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว จิตสาธารณะในการตระหนักรู้ในประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ ส่วนตน และจิตอาสาในการสมัครใจ เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เชิงสร้างสรรค์

สรุปวิเคราะห์ ข้อเสนอเพื่อการพัฒนา ต่อยอดตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ของผู้เชี่ยวชาญในการสนทนากลุ่ม จำนวน ๘ รูป/คน มี ความคิดเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเพิ่มเติมจากตัวแบบ ๆ จำนวน ๔ ประเด็น ประกอบด้วย

^{๑๓๖} สนทนากลุ่ม นางสุภาพร แต่งนารา, นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและร้านอาหาร จังหวัดนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

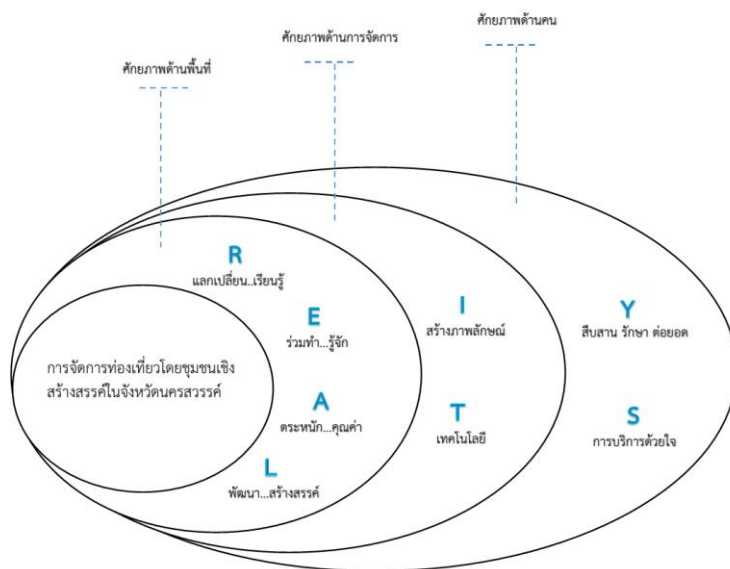
๑) การสร้างภาพลักษณ์ (Image) เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ชุมชน กำหนดแผนที่ทิศทางการท่องเที่ยวและการสร้างตัวชี้วัดของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดภาพของชุมชนที่ต้องการสื่อให้กับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การวิเคราะห์ชุมชน, การสร้างแผนที่การท่องเที่ยวของชุมชน และการสร้างตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยว

๒) เทคโนโลยี (Technology) เป็นการนำเอาเทคโนโลยี การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการและสารสนเทศมาส่งเสริมสนับสนุน และขยายช่องทางการตลาดเพื่อการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นฐานข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ของชุมชน และนักท่องเที่ยว และ ส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และออฟไลน์ในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการบริการการท่องเที่ยว และสนับสนุนองค์ความรู้ และเครื่องมือแก่ชุมชน

๓) การสืบสาน รักษา และต่อยอด (Young Blood) เป็นการจัดการองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านการค้นหา จัดเก็บ ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อรักษา กระตุ้นการตระหนักรู้ และพัฒนาต่อยอดในการขยายผลการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ประกอบด้วย การค้นหาคำความรู้, การจัดเก็บองค์ความรู้, การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้

๔) การบริการด้วยใจ (Service Mind) เป็นการบริการของผู้ต้นคิด ผู้นำ และผู้ทำด้วยจิตสำนึก จิตสาธารณะ และจิตอาสาในการร่วมมือของชุมชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวด้วยการระเบิดจากภายใน ผ่านกระบวนการคิดที่มีโลกทัศน์ มโนทัศน์ และวิสัยทัศน์ของคนชุมชน ประกอบด้วย จิตสำนึกในการตื่นรู้ในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว จิตสาธารณะในการตระหนักรู้ในประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และจิตอาสาในการสมัครใจ เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้นแล้วหลังจากผ่านการระดมความคิดเห็นในการสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันตัวแบบ และเสนอแนะในประเด็นการพัฒนา ต่อยอด ผู้วิจัยจึงได้สรุปองค์ความรู้ได้ดังนี้



ภาพที่ ๔.๘ **ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์**
 (จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม)

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มว่ามีความถูกต้อง มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ ได้ ๓ องค์ประกอบ คือ ศักยภาพด้านคน ศักยภาพด้านพื้นที่ และศักยภาพด้านการจัดการ ดังนั้น ชุมชนควรตระหนักถึงองค์ความรู้ ๘ ประการ คือ

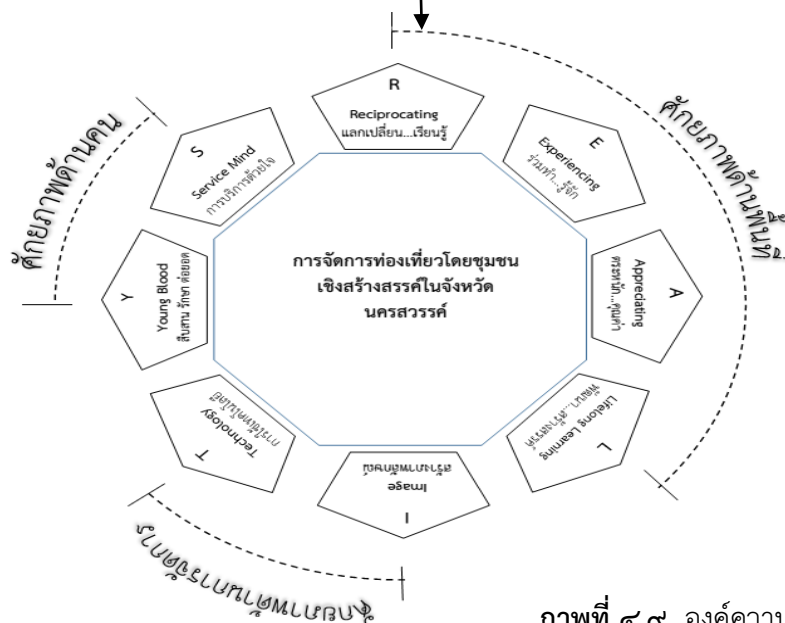
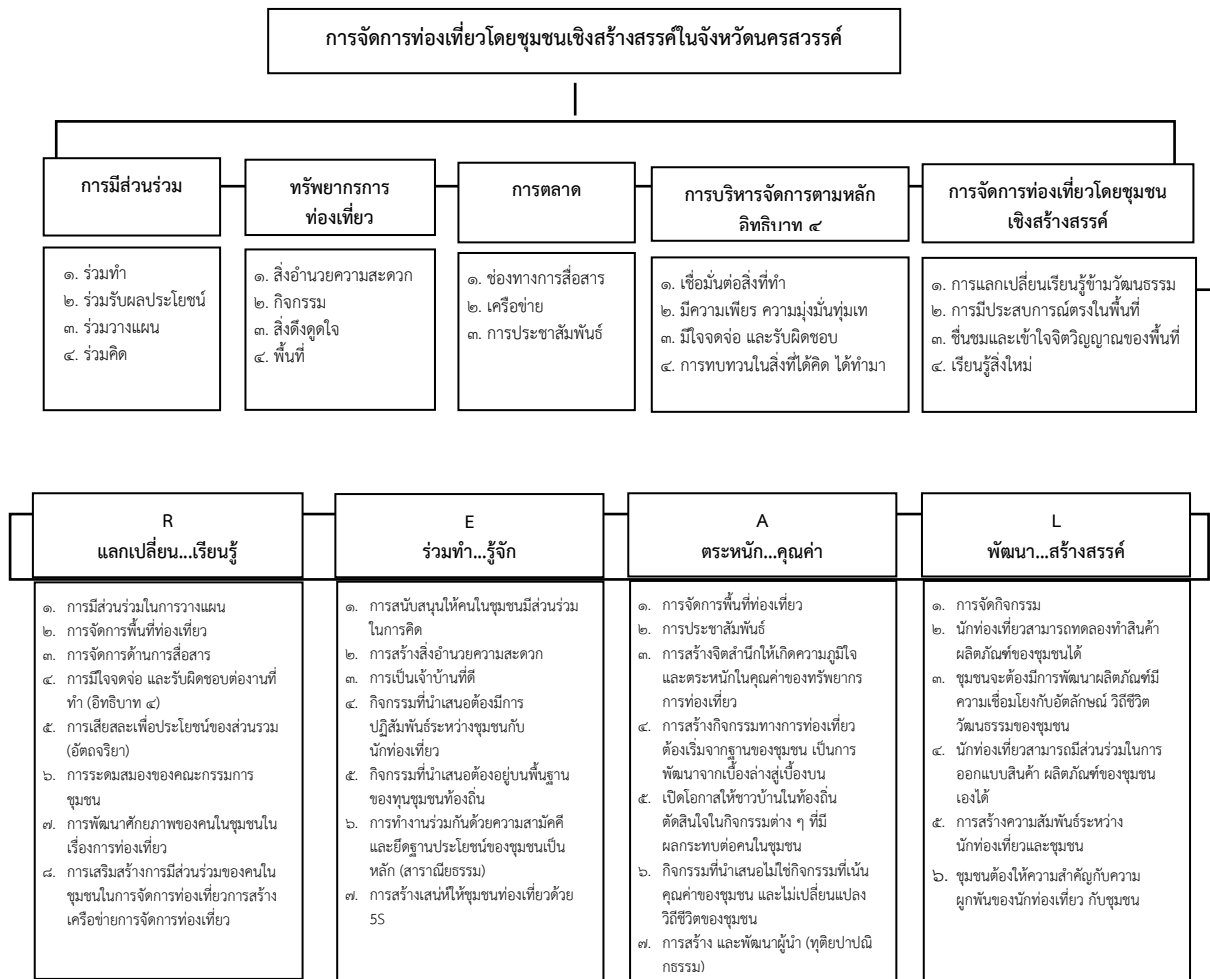
องค์ความรู้ที่ ๑	R-Reciprocating	แลกเปลี่ยนเรียนรู้
องค์ความรู้ที่ ๒	E-Experiencing	ร่วมทำรู้จัก
องค์ความรู้ที่ ๓	A-Appreciating	ตระหนักคุณค่า
องค์ความรู้ที่ ๔	L-Lifelong Learning	พัฒนาสร้างสรรค์
องค์ความรู้ที่ ๕	I- Image	สร้างภาพลักษณ์
องค์ความรู้ที่ ๖	T-Technology	การใช้เทคโนโลยี
องค์ความรู้ที่ ๗	Y- Young Blood	สืบสาน รักษา ต่อยอด
องค์ความรู้ที่ ๘	S- Service Mind	การบริการด้วยใจ

เมื่อรวมองค์ความรู้ทั้ง ๘ ประการ ประกอบเข้าด้วยกันเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ คือ REALITYS หมายถึง ความจริงแท้อันเป็นคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่า

ทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืนต่อไป

๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย

การศึกษาวิจัย “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็น ๔ ระยะ โดยในระยะที่ ๑ เป็นการวิจัยเชิงเอกสารด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี หลักธรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อหาปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และนำมาพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย จากผลของการวิเคราะห์ สังเคราะห์ จึงนำไปสู่การวิจัยในระยะที่ ๒ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณจากการวิเคราะห์ ข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ๕ หมู่บ้าน ใน ๔ อำเภอของจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย อำเภอตากฟ้า อำเภอโกรกพระ อำเภอตากถ้ำ และอำเภอเก้าเลี้ยว จำนวน ๕๐๐ ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงบรรยาย สถิติเชิงสรุปอ้างอิงและการวิเคราะห์ สมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสเรล (SEM) เพื่อนำผลที่ได้มาการสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในการวิจัยระยะที่ ๓ ช่วงที่ ๑ เพื่อวิเคราะห์ตัวแบบจำลองกับบริบทของจังหวัดนครสวรรค์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๗ รูป/คน และวิเคราะห์ SWOT Analysis กลุ่มตัวอย่าง ๕ หมู่บ้าน เพื่อนำผลที่ได้มาสังเคราะห์และพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ฉบับร่าง) ในช่วงที่ ๒ และยืนยันตัวแบบตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ฉบับร่าง) โดยการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๘ รูป/คน และวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อวิเคราะห์ และสังเคราะห์เป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (ฉบับสมบูรณ์) ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ ๔.๙ องค์ความรู้จากการวิจัย

จากภาพที่ ๔.๔๔ องค์ความรู้จากการวิจัย คือ REALITYS หมายถึง ความจริงแท้ อันเป็นคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม อันเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน ประกอบด้วย

ส่วนที่ ๑ แปดเหลี่ยม คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีองค์ประกอบ ๘ ด้าน อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน ประกอบด้วย

๑. ชุมชน คือ เจ้าของบ้าน ผู้จัดการ และผู้ปกป้องทุนของชุมชน มรดกทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่การท่องเที่ยวไม่สามารถทำลายได้
๒. เครือข่าย/ผู้ประกอบการ คือ ผู้ส่งเสริมบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น และสรรหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน
๓. ภาครัฐ คือ ผู้ส่งเสริม ประสาน และสนับสนุนเพื่อเชื่อมโยงโอกาส และเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว
๔. นักท่องเที่ยว คือ ผู้อุดหนุนบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น
๕. สื่อมวลชน คือ ผู้ให้ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สาธารณชนมีความเข้าใจทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

ส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรจะมีในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย

ด้านที่ ๑ ศักยภาพด้านพื้นที่ คือ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนชุมชนต้องรู้จักรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรชุมชนของตน สามารถนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย ประกอบด้วย REAL

องค์ประกอบที่ ๑ R-Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากคนชุมชนท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการประชุมระดมสมอง การวางแผนติดตาม ประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะเดียวกันยังพบว่าการเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม, การระดมสมองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน, การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้จะทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบที่ ๒ E-Experiencing ร่วมทำรู้จัก คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยสมาชิกชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และเอกลักษณ์ของชุมชน และยังคงค้นพบว่าการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S จะทำให้การร่วมทำรู้จักในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบที่ ๓ A-Appreciating ตระหนักคุณค่า คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การตระหนักคุณค่าในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบที่ ๔ L-Lifelong Learning พัฒนาสร้างสรรค์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การพัฒนาสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านที่ ๒ ศักยภาพด้านการจัดการ คือ ชุมชนจะต้องมีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีความพร้อมในการประสานงาน และต้องร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยว โดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายหรือทิศทาง การท่องเที่ยว ประกอบด้วย IT

องค์ประกอบที่ ๕ I-Image สร้างภาพลักษณ์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ชุมชน กำหนดแผนที่ทิศทางการท่องเที่ยวและการสร้างตัวชี้วัดของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อกำหนดภาพของชุมชนที่ต้องการสื่อให้กับนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ ๖ T-Technology การใช้เทคโนโลยี คือ การจัดการท่องเที่ยวที่ต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการและสารสนเทศมาส่งเสริม สนับสนุน และขยายช่องทางการตลาดเพื่อการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว

ด้านที่ ๓ ศักยภาพด้านคน คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต้องเริ่มที่คนชุมชนต้องรู้จักวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองให้ดีเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของชุมชน เนื่องจากชุมชนจะต้องมีการร่วมกันคิดวางแผน ดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนชุมชนประกอบด้วย YS

องค์ประกอบที่ ๗ Y-Young Blood การสืบสาน รักษา และต่อยอด คือ การจัดการองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านการค้นหา จัดเก็บ ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อรักษา กระตุ้นการตระหนักรู้ และพัฒนาต่อยอดในการขยายผลการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ

องค์ประกอบที่ ๘ S- Service Mind การบริการด้วยใจ คือ การบริการของผู้ต้นคิด ผู้นำ และผู้ทำด้วยจิตสำนึก จิตสาธารณะ และจิตอาสาในการร่วมมือของชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยวด้วยการระเบิดจากภายใน ผ่านกระบวนการคิดที่มีโลกทัศน์ มโนทัศน์ และวิสัยทัศน์ของคนชุมชน

การจะนำตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพื้นที่ จำเป็นจะต้องมีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง ข้อจำกัด อุปสรรค และโอกาสแล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก รับ รอ และรา ดังนั้นแล้วผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้

๑. กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) เป็นการส่งเสริมและพัฒนาจุดแข็งซึ่งได้จากการนำจุดแข็งกับโอกาส (SO) เป็นแนวทางการพัฒนาที่ได้นำจุดแข็งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มาแสวง ประโยชน์จากโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๑ กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) (SO)

จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
๑. มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยว	๑. รัฐบาลมีนโยบายผลักดันแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และจัด	๑. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ให้มีมาตรฐาน
๒. มีผู้นำที่สามารถสร้างศรัทธาและประสานความร่วมมือของคนชุมชน	กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง	๒. ส่งเสริมการจัดประชุมเครือข่ายแบบประชุมสัญจร เพื่อสร้างความร่วมมือ และความช่วยเหลือระหว่างชุมชนท่องเที่ยว
๓. การมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว	๒. มีการกำหนดโซนของการท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	๓. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ผ่านเจ้าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว
๔. มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย	๓. จังหวัดนครสวรรค์เป็นประตูภาคเหนือ ทำให้การเดินทางส่วนใหญ่จะต้องผ่านจังหวัดนครสวรรค์	๔. สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวชุมชน โดยการตลาด ประชาสัมพันธ์ และการยกระดับสินค้าและบริการของชุมชน
๕. มีคณะกรรมการชุมชนในการทำงานเพื่อจัดการด้านการท่องเที่ยว	๔. วิสัยทัศน์จังหวัดนครสวรรค์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ	๕. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ๕ เส้า ระหว่างชุมชน เครือข่าย/ผู้ประกอบการ, ภาครัฐ นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนให้
๖. มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ระหว่างชุมชน และในพื้นที่ใกล้เคียง	๕. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์มากขึ้น และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้	
๗. กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง		
๘. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนชุมชนและนักท่องเที่ยว		
๙. มีการแนะนำและชี้แจงการปฏิบัติตามกฎ-กติกาศักดิ์ของชุมชนกับนักท่องเที่ยวก่อนเยี่ยมชมชุมชน		

ตารางที่ ๔.๒๑ กลยุทธ์เชิงรุก (แรง รุก บุกเร็ว) (SO) (ต่อ)

จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
๑๐. ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาโดยความร่วมมือจากคนชุมชนในการประชุมร่วมมือ ร่วมใจในการจัดกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	๖. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมแสดงสินค้า ในสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นทั้งในจังหวัด ส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง	เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ๖. สนับสนุนกิจกรรมชุมชนที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างคนชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตระหนักในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว
๑๑. การดำรงตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนชุมชน	๗. สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Online Social Media เป็นสื่อที่มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะสามารถเห็นข้อมูลได้ค่อนข้างมาก ชุมชนในฐานะเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวก็สามารถนำการ Review นั้นไปพัฒนาและปรับปรุงงานของกลุ่มได้ นอกจากนี้ชุมชนยังใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มสู่นักท่องเที่ยวได้ด้วย	๗. เพิ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง และจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเผยแพร่ทางออนไลน์
๑๒. ชุมชนมีเอกลักษณ์ และการสร้างเสน่ห์ของชุมชนในการดึงดูดนักท่องเที่ยว		
๑๓. ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากของดีชุมชนเพื่อสร้างจุดเด่น และกระจายรายได้ให้แก่คนชุมชน		
๑๔. คนชุมชนตระหนักในคุณค่า และรักษาสมบัติภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ		
๑๕. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชุมชน		
๑๖. ความสามัคคี และการยึดประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง		
๑๗. เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน		
๑๘. ความหลากหลายทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว		

๒. กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO) เป็นแนวทางที่ชุมชนมุ่งเน้นปรับปรุงแก้ไข
ข้อจำกัดของตนเพื่อฉกฉวยประโยชน์จากโอกาส และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๒ กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO)

ข้อจำกัด	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
๑. การพัฒนาฐานการเรียนรู้ยังขาดความทันสมัยขาดการปรับเปลี่ยนหรือการเพิ่มฐานการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคปัจจุบัน	๑. รัฐบาลมีนโยบายผลักดันแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง	๑. พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวชุมชนและสมาชิกเครือข่ายให้มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน
๒. คนชุมชนบางส่วนยังมีการไม่ปฏิบัติตามกฎ กติกา ข้อตกลงของชุมชน	๒. มีการกำหนดโซนของการท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	๒. พัฒนาระบบสารสนเทศ และการสื่อสารทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยว
๓. ขาดการวางแผนที่เป็นรูปธรรมในการจัดการสิ่งแวดล้อม และผลกระทบที่ตามมาจากการจัดการท่องเที่ยว	๓. จังหวัดนครสวรรค์เป็นประตูสู่ภาคเหนือ ทำให้การเดินทางส่วนใหญ่จะต้องผ่านจังหวัดนครสวรรค์	๓. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปลูกจิตสำนึกให้คนชุมชนในการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน	๔. วิสัยทัศน์จังหวัดนครสวรรค์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ	๔. ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนและต่อยอดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคสมัย
๕. บทบาทหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการ การสร้างความเข้าใจในแนวทางการจัดการท่องเที่ยว	๕. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์มากขึ้น และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้	๕. จัดฝึกอบรม ให้ความรู้ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยว
๖. การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว		๖. สร้างความรู้ความเข้าใจกับคนชุมชนเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ทราบถึง
๗. ป้ายบอกทางเส้นทางการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงไม่เพียงพอ		
๘. บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ		
๙. ขาดความต่อเนื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว		

ตารางที่ ๔.๒๒ กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO) (ต่อ)

ข้อจำกัด	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
๑๐. ทรัพยากรท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาจึงมีความเสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา	๖. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมแสดงสินค้า ในสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นทั้งในจังหวัด ส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง	หลักการขั้นพื้นฐาน วิธีการ ประโยชน์ของการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน
๑๑. ขาดการบริการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องใช้ผู้รู้ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือผู้มีความรู้เฉพาะเกี่ยวกับโบราณสถาน และโบราณวัตถุในพื้นที่	๗. สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Online Social media เป็นสื่อที่มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะสามารถเห็นข้อมูลได้ค่อนข้างมาก ชุมชนในฐานะเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวก็สามารถนำการ Review นั้นไปพัฒนาและปรับปรุงงานของกลุ่มได้ นอกจากนี้ชุมชนยังใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มสู่นักท่องเที่ยวได้ด้วย	๗. สร้างความรู้ความเข้าใจในกฎ กติกา ระบบ และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความเห็นชอบร่วมกัน พร้อมทั้งเผยแพร่ให้คนชุมชนรับทราบ และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
๑๒. การมีส่วนร่วมชุมชนยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว		
๑๓. ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ขาดการอธิบายความหมาย และการเล่าเรื่อง		
๑๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และการปลูกจิตสำนึกให้คนชุมชนในการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน		
๑๕. สิ่งอำนวยความสะดวกที่มากเกินไปจะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนขาดเสน่ห์ดึงดูดใจ		

๓. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจังหวะ) (ST) เป็นแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนใช้จุดแข็ง มาลดทอนอิทธิพลของภัยคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๓ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจังหวะ) (ST)

จุดแข็ง	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
๑. มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยว	๑. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดลง	๑. ส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคณะกรรมการชุมชน
๒. มีผู้นำที่สามารถสร้างศรัทธาและประสานความร่วมมือของคนชุมชน	๒. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีข้อจำกัดในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว	๒. ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
๓. การมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว	๓. ความสนใจในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว	๓. ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมโดยให้คนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว
๔. มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย	๔. นโยบายการท่องเที่ยวขาดการต่อเนื่องเมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนผู้บริหารระดับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	๔. จัดหาและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาทุนในการดำเนินงานท่องเที่ยวของชุมชน
๕. มีคณะกรรมการชุมชนในการทำงานเพื่อจัดการด้านการท่องเที่ยว	๕. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ	๕. พัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
๖. มีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในชุมชน ระหว่างชุมชน และในพื้นที่ใกล้เคียง	๖. งบประมาณการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนมีน้อยและไม่ต่อเนื่อง	
๗. กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง	๗. ความช่วยเหลือจากภาครัฐมีลักษณะจากบนลงล่าง ไม่ได้เกิดจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง	
๘. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนชุมชนและนักท่องเที่ยว	๘. ข้อกฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว	
๙. มีการแนะนำและชี้แจงการปฏิบัติตามกฎ-กติกาของชุมชนกับนักท่องเที่ยวก่อนเยี่ยมชมชุมชน		
๑๐. ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาโดยความร่วมมือจากคนชุมชนในการประชุมร่วมมือ ร่วมใจในการจัดกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอ		
๑๑. การดำรงตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนชุมชน		
๑๒. ชุมชนมีเอกลักษณ์ และการสร้างเสน่ห์ของชุมชนในการดึงดูดนักท่องเที่ยว		

ตารางที่ ๔.๒๓ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจ้งหวะ) (ST) (ต่อ)

จุดแข็ง	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
๑๓. ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดจากของดีชุมชนเพื่อ สร้างจุดเด่น และกระจาย รายได้ให้แก่คนชุมชน		
๑๔. คนชุมชนตระหนักในคุณค่า และรักษาสืบทอดภูมิปัญญา ของบรรพบุรุษ		
๑๕. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัด ขึ้นไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชุมชน		
๑๖. ความสามัคคี และการยึด ประโยชน์ของส่วนรวมเป็น ที่ตั้ง		
๑๗. เครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างภาคส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคมใน การจัดการท่องเที่ยวของ ชุมชน		
๑๘. ความหลากหลายทางการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว		

๔. กลยุทธ์หลักเฉียง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT) การคิดอิสระนอกกรอบ SWOT เป็นแนวทางการพัฒนาที่พยายามลดจุดอ่อนภายในชุมชน ขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคาม ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๔ กลยุทธ์หลักเฉียง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT)

ข้อจำกัด	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
๑. การพัฒนาฐานการเรียนรู้ยังขาดความทันสมัยขาดการปรับเปลี่ยนหรือการเพิ่มฐานการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคปัจจุบัน	๑. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดลง ๒. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีข้อจำกัดในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว	๑. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเชื่อมโยงให้เกิดการรวมกลุ่ม
๒. คนชุมชนบางส่วนยังมีการไม่ปฏิบัติตามกฎ กติกา ข้อตกลงของชุมชน	๓. ความสนใจในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว	๒. สร้างมาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งชุมชน
๓. ขาดการวางแผนที่เป็นรูปธรรมในการจัดการสิ่งแวดล้อม และผลกระทบที่ตามมาจากการจัดการท่องเที่ยว	๔. นโยบายการท่องเที่ยวขาดการต่อเนื่องเมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนผู้บริหารระดับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	๓. พัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับคนชุมชนเพื่อเพิ่มพูนทักษะ และสร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมท่องเที่ยว
๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปลูกจิตสำนึกให้คนชุมชนในการร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน	๕. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ	๔. พัฒนาความรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
๕. บทบาทหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการ การสร้างความเข้าใจในแนวทางการจัดการท่องเที่ยว	๖. งบประมาณการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนมีน้อยและไม่ต่อเนื่อง	
๖. การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว	๗. ความช่วยเหลือจากภาครัฐมีลักษณะจากบนลงล่าง ไม่ได้เกิดจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง	
๗. ป้ายบอกทางเส้นทางการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงไม่เพียงพอ	๘. ข้อกฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว	
๘. บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ		

ตารางที่ ๔.๒๔ กลยุทธ์หลักเลี้ยง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT) (ต่อ)

ข้อจำกัด	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
๙. ขาดความต่อเนื่องของกิจกรรม การท่องเที่ยว		
๑๐. ทรัพยากรท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่ได้รับการอนุรักษ์และ พัฒนาจึงมีความเสื่อมโทรม ไปตามกาลเวลา		
๑๑. ขาดการบริการนำเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องใช้ผู้รู้ ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือผู้มีความรู้เฉพาะเกี่ยวกับ โบราณสถาน และ โบราณวัตถุในพื้นที่		
๑๒. การมีส่วนร่วมชุมชนยังไม่ ครอบคลุมทุกพื้นที่ของแหล่ง ท่องเที่ยว		
๑๓. ป้ายสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยว ขาดการอธิบาย ความหมาย และการเล่าเรื่อง		
๑๔. ขาดการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปลูก จิตสำนึกให้คนชุมชนในการ ร่วมมือร่วมใจพัฒนาชุมชนไป ในทิศทางเดียวกัน		
๑๕. สิ่งอำนวยความสะดวกที่มาก เกินไปจะทำให้การท่องเที่ยว โดยชุมชนขาดเสน่ห์ดึงดูดใจ		

ผลจากการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางการพัฒนา ผู้วิจัยขอสรุปวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ และรอบด้าน ดังนี้

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT-NSN = REALITYS หมายถึง ความจริงแท้ อันเป็นคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม อันเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน ประกอบด้วย

ส่วนที่ ๑ แปรเหลี่ยม คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีองค์ประกอบ ๘ ด้าน เป็นมรรค ๘ อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน ประกอบด้วย

๑. ชุมชน คือ เจ้าของบ้าน ผู้จัดการ และผู้ปกป้องทุนของชุมชน มรดกทางธรรมชาติวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่การท่องเที่ยวไม่สามารถทำลายได้

๒. เครือข่าย/ผู้ประกอบการ คือ ผู้ส่งเสริมบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น และสรรหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน

๓. ภาครัฐ คือ ผู้ส่งเสริม ประสาน และสนับสนุนเพื่อเชื่อมโยงโอกาส และเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

๔. นักท่องเที่ยว คือ ผู้อุดหนุนบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น

๕. สื่อมวลชน คือ ผู้ให้ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สาธารณชนมีความเข้าใจทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

ส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรจะมีในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย

ด้านที่ ๑ ศักยภาพด้านพื้นที่ คือ ททรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนชุมชนต้องรู้จักรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรชุมชนของตน สามารถนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย ประกอบด้วย REAL

องค์ประกอบที่ ๑ R-Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากคนชุมชนท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการประชุมระดมสมอง การวางแผน ติดตาม

ประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะเดียวกันยังพบว่า การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม, การระดมสมองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน, การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้จะทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑.๑ การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- ๑.๒ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว
- ๑.๓ การจัดการด้านการสื่อสาร
- ๑.๔ การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (อิทธิบาท ๔)
- ๑.๕ การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อรรถจริยา)
- ๑.๖ การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชน
- ๑.๗ การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว
- ๑.๘ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ ๒ E-Experiencing ร่วมทำรู้จัก คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยสมาชิกชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และเอกลักษณ์ของชุมชน และยังคงค้นพบว่าการเป็นเจ้าบ้านที่ดี กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S จะทำให้การร่วมทำรู้จักในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๒.๑ การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด
- ๒.๒ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก
- ๒.๓ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
- ๒.๔ กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับ

นักท่องเที่ยว

๒.๕ กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น

๒.๖ การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม)

- ๒.๗ การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S

องค์ประกอบที่ ๓ A-Appreciating ตระหนักคุณค่า คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การตระหนักคุณค่าในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๓.๑ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว
- ๓.๒ การประชาสัมพันธ์
- ๓.๓ การสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว
- ๓.๔ การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชน เป็นการพัฒนาจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน
- ๓.๕ เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน
- ๓.๖ กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชน
- ๓.๗ การสร้าง และพัฒนาผู้นำ (ทุติยปาปนิกรธรรม)

องค์ประกอบที่ ๔ L-Lifelong Learning พัฒนาสร้างสรรค์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การพัฒนาสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๔.๑ การจัดกิจกรรม
- ๔.๒ นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ๔.๓ ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน
- ๔.๔ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้
- ๔.๕ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน
- ๔.๖ ชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชน

ด้านที่ ๒ ศักยภาพด้านการจัดการ คือ ชุมชนจะต้องมีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับมีความคิด มีวิสัยทัศน์ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีความพร้อมในการประสานงาน และต้องร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว โดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางกรท่องเที่ยว ประกอบด้วย IT

องค์ประกอบที่ ๕ I-Image สร้างภาพลักษณ์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ชุมชน กำหนดแผนที่ทิศทางกรท่องเที่ยวและการสร้างตัวชี้วัดของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อกำหนดภาพของชุมชนที่ต้องการสื่อให้กับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

๕.๑ การวิเคราะห์ชุมชน

๕.๒ การสร้างแผนที่การท่องเที่ยวของชุมชน

๕.๓ การสร้างตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ ๖ T-Technology การใช้เทคโนโลยี คือ การจัดการท่องเที่ยวที่ต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการและสารสนเทศมาส่งเสริม สนับสนุน และขยายช่องทางการตลาดเพื่อการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

๖.๑ พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นฐานข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ของชุมชน และนักท่องเที่ยว

๖.๒ ส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และออฟไลน์ในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์

๖.๓ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการบริการกรท่องเที่ยว และสนับสนุนองค์ความรู้ และเครื่องมือแก่ชุมชน

ด้านที่ ๓ ศักยภาพด้านคน คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต้องเริ่มที่คนชุมชนต้องรู้จักวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองให้ดีเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของชุมชน เนื่องจากชุมชนจะต้องมีการร่วมกันคิดวางแผน ดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรกรท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนชุมชน ประกอบด้วย YS

องค์ประกอบที่ ๗ Y-Young Blood การสืบสาน รักษา และต่อยอด คือ การจัดการองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านการค้นหา จัดเก็บ ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อรักษา กระตุ้นการตระหนักรู้ และพัฒนาต่อยอดในการขยายผลการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๗.๑ การค้นหาองค์ความรู้
- ๗.๒ การจัดเก็บองค์ความรู้
- ๗.๓ การถ่ายทอดองค์ความรู้
- ๗.๔ การประยุกต์ใช้ความรู้

องค์ประกอบที่ ๘ S- Service Mind การบริการด้วยใจ คือ การบริการของผู้ต้นคิด ผู้นำ และผู้ทำด้วยจิตสำนึก จิตสาธารณะ และจิตอาสาในการร่วมมือของชุมชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวด้วยการระเบิดจากภายใน ผ่านกระบวนการคิดที่มีโลกทัศน์ มโนทัศน์ และวิสัยทัศน์ของคนชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๘.๑ การมีจิตสำนึกในการตื่นรู้ในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว
- ๘.๒ การมีจิตสาธารณะในการตระหนักรู้ในประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน
- ๘.๓ การมีจิตอาสาในการสมัครใจ เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา กำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก รับ รอ และรา ดังนี้

๑. กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) (SO) การส่งเสริมและพัฒนาจุดแข็งซึ่งได้จากการนำจุดแข็งกับโอกาส เป็นแนวทางการพัฒนาที่ได้นำจุดแข็งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มาแสวง ประโยชน์จากโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

- ๑.๑ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ให้มีมาตรฐาน (ตัวชี้วัด: จำนวนชุมชนที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน)
- ๑.๒ ส่งเสริมการจัดประชุมเครือข่าย แบบประชุมสัญจร เพื่อสร้างความร่วมมือและความช่วยเหลือระหว่างชุมชนท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนครั้งที่ประชุมและจำนวนตัวแทนที่เข้าร่วมประชุม)

๑.๓ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ผ่านเจ้าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ชุมชนกับนักท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว)

๑.๔ สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวชุมชน โดยการตลาด ประชาสัมพันธ์ และการยกระดับสินค้าและบริการของชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมและชุมชนที่เข้าร่วมงาน)

๑.๕ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ๕ เสา่ ระหว่างชุมชน เครือข่าย/ ผู้ประกอบการ ภาครัฐนักรท่องเที่ยว และสื่อมวลชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนคน/หน่วยงานที่เข้าร่วม)

๑.๖ สนับสนุนกิจกรรมชุมชนที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างคนชุมชน รวมถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตระหนักในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมที่จัด)

๑.๗ เพิ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง และจัดทำเส้นทางเชื่อมโยง การท่องเที่ยวเผยแพร่ทางออนไลน์ (ตัวชี้วัด: จำนวนเครือข่ายและเส้นทางท่องเที่ยว)

๒. กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO) การแก้ไขจุดอ่อนเพื่อใช้โอกาสที่มีอยู่ ขององค์กร เป็นแนวทางที่ชุมชนมุ่งเน้นปรับปรุงแก้ไขข้อจำกัดของตนเองเพื่อฉกฉวยประโยชน์จากโอกาส และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๒.๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวชุมชนและสมาชิกเครือข่ายให้มี ทักษะ และความชำนาญเฉพาะด้าน (ตัวชี้วัด: จำนวนบุคลากรและสมาชิกที่ได้รับการพัฒนา)

๒.๒ พัฒนาระบบสารสนเทศ และการสื่อสารทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อ เป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนสื่อ/เครื่องมือที่ได้รับการพัฒนา)

๒.๓ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: ร้อยละที่ได้รับการปรับปรุง)

๒.๔ ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนและต่อยอด กิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคสมัย (ตัวชี้วัด: ร้อยละที่ได้รับการปรับปรุง)

๒.๕ จัดฝึกอบรม ให้ความรู้ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรการ ท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๒.๖ สร้างความรู้ความเข้าใจกับคนชุมชนเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ทราบถึงหลักการขั้นพื้นฐาน วิธีการ ประโยชน์ของ การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๒.๗ สร้างความรู้ความเข้าใจในกฎ กติกา ระบบ และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความเห็นชอบร่วมกัน พร้อมทั้งเผยแพร่ให้คนชุมชนรับทราบ และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นเจ้าของที่ดี (จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รัฐ รอ ขอจังหวัด) (ST) การอาศัยจุดแข็งด้านและตริง ภาวะ
 คุกคามที่มีต่อวัตถุประสงค์ของชุมชน เป็นแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนใช้จุดแข็งมาลดทอนอิทธิพลของ
 ภัยคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด
 ดังนี้

๓.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพและความสามารถของคณะกรรมการชุมชน
 (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓.๒ ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
 (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓.๓ ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมโดยให้คนชุมชนเข้ามามีร่วมดำเนินกิจกรรม
 การท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนคนที่เข้าร่วม/จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓.๔ จัดหาและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาทุนในการดำเนินงาน
 ท่องเที่ยวของชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนหน่วยงานที่สนับสนุน)

๓.๕ พัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
 (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๔. กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT) การคิดอิสระนอกกรอบ SWOT
 หาแนวทางเพื่อผ่านพ้นจุดอ่อนและเสี่ยงภาวะคุกคามที่บดบังวัตถุประสงค์ของชุมชน เป็นแนวทางการ
 พัฒนาที่พยายามลดจุดอ่อนภายในชุมชน ขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลง
 สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคาม ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๔.๑ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ พร้อมทั้ง
 เชื่อมโยงให้เกิดการรวมกลุ่ม (ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม/จำนวนกลุ่ม)

๔.๒ สร้างมาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิง
 สร้างสรรค์ เพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งชุมชน (ตัวชี้วัด: ร้อยละของเหตุการณ์ความขัดแย้ง)

๔.๓ พัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับคนชุมชน เพื่อเพิ่มพูนทักษะ
 และสร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๔.๔ พัฒนาความรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
 (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/จำนวนผู้เข้าร่วม)

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. วิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ๒. สังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และ ๓. พัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ สุ่มกลุ่มตัวอย่างจากหมู่บ้านเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จำนวน ๓๖ หมู่บ้าน โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ๕ กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน จำนวน ๔๗๐ คน จากประชากรทั้งหมด จำนวน ๒,๗๓๓ คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีจับสลาก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ ๐.๙๘๑ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติพรรณนาที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๒๗ รูป/คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างซึ่งมีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ ๑ และวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นตัวแบบจำลองและประเมินผลด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์ด้วยของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๘ รูป/คน ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์อยู่ในระดับมาก-มากที่สุดทุกด้าน และวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นต่างๆ ที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยสรุปตามลำดับดังนี้

๕.๑.๑ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยออกแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ยืนยัน และทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาลักษณะและการแจกแจงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยจำแนกรายละเอียดแต่ละประเด็น ดังนี้

๑) การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกได้ดังนี้ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศชาย จำนวน ๒๕๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๗๐ อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ๑๘-๓๐ ปี จำนวน ๑๕๒ ราย คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๓๐ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี จำนวน ๒๑๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๒๐ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๑๗๐ ราย คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๒๐ รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๐๓ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๒๐

๒) ผลการทดสอบสมมติฐาน

การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ ๔๗.๘๖ ที่องศาอิสระเท่ากับ ๓๗ และความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .๑๐๙ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .๐๒๕ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

๓) การวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในโมเดล มีตัวบ่งชี้ทั้งหมด ๑๙ ตัวแปรที่ใช้วัดตัวแปรแฝง ๕ ตัวแปร คือ ๑) การมีส่วนร่วม (PART) ๒) ทริพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) ๓) การตลาด (MARK) ๔) การบริหารจัดการ (MANA) และ ๕) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนต่ำสุด (Min) คะแนนสูงสุด (Max) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Sk) และค่าความโด่ง (Ku) ผลการวิเคราะห์ พบว่า

ด้านการมีส่วนร่วม (PART) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การร่วมทำ (PART1) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมา คือ การร่วมคิด (PART4) ($\bar{X} = 3.55$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การร่วมวางแผน (PART3) ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๒๓.๖๕-๒๘.๑๗ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีโค้งการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

ด้านทริพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา คือ กิจกรรม (TOUR2) ($\bar{X} = 3.70$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๙.๖๘-๒๒.๗๐ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีโค้งการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

ด้านการตลาด (MARK) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เครือข่าย (MARK2) ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ (MARK3) ($\bar{X} = 3.40$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก

โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๒๑.๕๕-๒๗.๐๖ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีโค้งการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งมากกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลน้อย

ด้านการบริหารจัดการ (MANA) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๗๕$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) ($\bar{X} = ๓.๘๓$) รองลงมา คือ การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) ($\bar{X} = ๓.๗๘$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) ($\bar{X} = ๓.๖๓$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๙.๓๒-๒๒.๒๒ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีโค้งการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๘๘$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) ($\bar{X} = ๓.๙๗$) รองลงมา คือ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) (CREA2) ($\bar{X} = ๓.๙๕$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) ($\bar{X} = ๓.๗๕$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๘.๔๙-๒๒.๑๓ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีโค้งการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า ๐) แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการกระจายของข้อมูลมาก

ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นสถิติทดสอบสมมติฐานว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ มีค่าสถิติทดสอบเท่ากับ ๑๒๐๙๓.๔๓ ($p = .๐๐๐$) แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน
 จ ๑ ก
 เมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ และค่าดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : KMO) มีค่าเท่ากับ .๘๘ โดยมีค่าเข้าใกล้ ๑ แสดงว่า ตัวแปรในข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลอิสระ

๔) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เพื่อใช้สร้างเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

เมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน ๑๙ ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .๐๑$) มีจำนวน ๑๗๑ คู่ มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง ๐.๓๑๓ ถึง ๑.๐๐๐ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ทุกตัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .๐๑$) และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๘๙๕ รองลงมา คือ กิจกรรม (TOUR2) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๘๙๔ และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) และการชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ ๐.๓๑๓ และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ระหว่างกลุ่มตัวแปรด้านเดียวกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านการมีส่วนร่วม (PART) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๔๖๕ ถึง .๘๓๑ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การร่วมวางแผน (PART3) และการร่วมคิด (PART4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๓๑ แสดงว่า เมื่อมีการร่วมคิดมากขึ้น การร่วมวางแผนก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) และการร่วมคิด (PART4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๔๖๕

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๖๖ ถึง .๘๙๕ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ สิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) และพื้นที่ (TOUR4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๙๕ แสดงว่า เมื่อมีสิ่งดึงดูดใจมากขึ้น ความสนใจในพื้นที่ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (TOUR1) และสิ่งดึงดูดใจ (TOUR3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๖๖

ด้านการตลาด (MARK) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๗๙๒ ถึง .๘๔๘ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) และการประชาสัมพันธ์

(MARK3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๔๘ แสดงว่า เมื่อมีช่องทางการสื่อสารมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดคือ ช่องทางการสื่อสาร (MARK1) และเครือข่าย (MARK2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๙๒

ด้านการบริหารจัดการ (MANA) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๐๓ ถึง .๘๙๕ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (MANA3) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๙๕ แสดงว่า เมื่อมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำมากขึ้น การทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมาก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดคือ การมีความเพียร ความมุ่งมั่น ทุ่มต่องานที่ทำ (MANA2) และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิด ได้ทำมา (MANA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๐๓

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๕๓๑ ถึง .๘๐๙ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) และการมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) (CREA2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๐๙ แสดงว่า เมื่อมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง) มากขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) ก็มากขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้) (CREA1) และการเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ) (CREA4) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๕๓๑

๕) การวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ผู้วิจัยพิจารณาปรับโมเดลจากดัชนีวัดแปลงโมเดล (Modification Indices) และได้ปรับโมเดลจำนวน ๑๐๕ เส้นทาง โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๕.๑) โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ ๔๗.๘๖ องศาอิสระเท่ากับ ๓๗ ความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .๑๐๙ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .๙๙ ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่

ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .๙๕ ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ ๑ ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .๐๑๓ ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .๐๒๕ และค่าเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐานระหว่างตัวแปรสูงสุด (Largest Standardized Residuals) เท่ากับ ๓.๒๒ ซึ่งสนับสนุนว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

๕.๒) ค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง ๐.๔๗ ถึง ๑.๐๔ โดยตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงสูงสุด คือ พื้นที่ (TOUR4) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๑.๐๔ รองลงมาคือ การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ (MANA1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๑.๐๐ และตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงต่ำสุด คือ การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ ๐.๔๗ ในภาพรวมค่าความเที่ยงของ ตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าสูง ยกเว้น การร่วมในการรับผลประโยชน์ (PART2) การชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส) (CREA3) ที่ความเที่ยงมีค่าปานกลาง

๕.๓) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R-SQUARE) ของสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่า การบริหารจัดการ (MANA) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๖๒ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) และการตลาด (MARK) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริหารจัดการ ได้ร้อยละ ๖๒.๐๐ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ ๐.๙๘ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ การมีส่วนร่วม (PART) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOUR) การตลาด (MARK) และการบริหารจัดการ (MANA) สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ ๙๘.๐๐

๕.๔) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ในช่วง ๐.๕๕ ถึง ๐.๙๒ โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ การบริหารจัดการ (MANA) และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๙๒ แสดงว่า เมื่อการบริหารจัดการเพิ่มมากขึ้น การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ก็เพิ่มมากขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา คือ การตลาด (MARK) และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CREA) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๘๔ และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

๕.๑.๒ การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครสวรรค์

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นเชิงสำรวจ (Questionnaire) เพื่อนำไปสู่การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนชุมชน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน สามารถอธิบายเสริม สนับสนุน ข้อโต้แย้งต่าง ๆ และเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ รวมถึงการเสนอแนะข้อคิดเห็นในประเด็นที่มีข้อขัดแย้ง หรือเห็นควรเพิ่มเติมให้ชุดความรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตัวแปรศึกษาคือ ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา พบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ ๑ หัวใจของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้, ร่วมทำรู้จัก, ตระหนักคุณค่า, พัฒนาสร้างสรรค์ และจัดการชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน

องค์ประกอบที่ ๒ เครื่องมือการจัดการท่องเที่ยว โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องการจัดผ่านเครื่องมือ PTM ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม (Participation), ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) และการตลาด (Market) ซึ่งจะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ แม้แหล่งท่องเที่ยวจะมีศักยภาพและมีความพร้อมเพียงใด หากแต่ยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนแทนที่การนำรายได้กลับมาพัฒนาชุมชนบนฐานการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนก็จะไม่สามารถทำให้ประชาชนสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้

องค์ประกอบที่ ๓ เครื่องกำกับใจ เป็นการดำเนินชีวิตโดยมีหลักธรรมเป็นเข็มทิศนำทางในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งหลักธรรมที่เป็นเครื่องคอยกำกับนั้น ประกอบด้วย ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล-อิทธิบาทธรรม, ระดับผู้นำ-หุติยาปานิถกรรม และระดับชุมชน-สาราณียธรรม โดยธรรมทั้งหลายเป็นเครื่องกำกับจากภายในจิตใจ

๕.๑.๓ การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

การวิเคราะห์ผลจากการนำตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ครั้งที่ ๒ ที่ได้จากการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าสู่การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน ๘ รูป/คน เพื่อยืนยันตัวแบบตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในประเด็นที่ว่าตัวแบบฯ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่ซึ่งในภาพรวม พบว่า ใน ๔ ด้าน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้), การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก), การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) และด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) อยู่ในระดับมาก-มากที่สุดทุกด้าน และมีองค์ประกอบสำคัญ ได้ ๓ องค์ประกอบ คือ ศักยภาพด้านคน ศักยภาพด้านพื้นที่ และศักยภาพด้านการจัดการ ดังนั้น ชุมชนควรตระหนักถึงองค์ความรู้ ๘ ประการ คือ

องค์ความรู้ที่ ๑	R-Reciprocating	แลกเปลี่ยนเรียนรู้
องค์ความรู้ที่ ๒	E-Experiencing	ร่วมทำรู้จัก
องค์ความรู้ที่ ๓	A-Appreciating	ตระหนักคุณค่า
องค์ความรู้ที่ ๔	L-Lifelong Learning	พัฒนาสร้างสรรค์
องค์ความรู้ที่ ๕	I- Image	สร้างภาพลักษณ์
องค์ความรู้ที่ ๖	T-Technology	การใช้เทคโนโลยี
องค์ความรู้ที่ ๗	Y- Young Blood	สืบสาน รักษา ต่อยอด
องค์ความรู้ที่ ๘	S- Service Mind	การบริการด้วยใจ

เมื่อรวมองค์ความรู้ทั้ง ๘ ประการ ประกอบเข้าด้วยกันเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ คือ REALITYS หมายถึง ความจริงแท้ อันเป็นคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืนต่อไป แต่การจะนำตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพื้นที่ จำเป็นจะต้องมีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง ข้อจำกัด อุปสรรค และโอกาสแล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ ร

ประกอบด้วย รุก (กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว), รับ (กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข), รอ (กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ตั้ง รอ รอจังหวะ) และรา (กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (เลิก รา หาแผนใหม่)

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้จะกล่าวถึงการพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญและน่าใจเพื่อนำมาอภิปรายผล ดังนี้

๕.๒.๑ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมทรัพยากรการท่องเที่ยวและการตลาด สามารถร่วมกันอธิบายการได้ร้อยละ ๖๒ แต่หากร่วมกันอธิบายความแปรปรวนโดยผ่านการบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาท ๔ จะอธิบายได้ร้อยละ ๙๘ นั้นแสดงว่า การบริหารจัดการตามหลักอิทธิบาทเป็นส่วนสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล, ได้ศึกษาวิจัย, “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารองค์กรเอกชนในจังหวัดนนทบุรี”^๑ พบว่า ด้านฉันทะ เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้บุคลากรเกิดและมีความพอใจในหน้าที่รับผิดชอบและปฏิบัติอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเองรักและพอใจที่จะได้รับพัฒนาตนเองด้านวิริยะ บุคลากรมีความตื่นตัวพร้อมที่จะพัฒนาการทำงานอยู่ตลอดเวลา ฝึกฝนพยายามพัฒนาตนเองให้เกิดความชำนาญในหน้าที่ด้วยการเรียนรู้เพิ่มเติม ด้านจิตตะ จะต้องเอาใจใส่งานอยู่เสมอและด้านวิมังสา ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้เพิ่มเติม ทาวิธีการต่างๆ มาพัฒนาบุคลากรให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี อ่อนปรีดา^๒ ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและสมุทรสงคราม” พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงครามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

^๑ ผดุง วรรณทอง, อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล, “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารองค์กรเอกชนในจังหวัดนนทบุรี”, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑).

^๒ รัศมี อ่อนปรีดา, “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและสมุทรสงคราม”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘).

ที่ระดับ ๐.๐๑ ประกอบด้วย ๕ ตัวแปร ได้แก่ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล การสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม และนโยบายการท่องเที่ยว ($F = ๑๓๗.๕๙๐$, $p \text{ value} = ๐.๐๐๐$) ซึ่งปัจจัยทั้ง ๕ ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงครามได้ ร้อยละ ๗๐.๒๐ (Adjusted R Square = ๐.๗๐๒๐)

๕.๒.๒ การสังเคราะห์ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ตัวแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ ๑ หัวใจของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ “หัวใจ” ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ “ความจริงแท้-ดั้งเดิม” (REAL) ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การร่วมทำรู้จัก การตระหนักคุณค่า การพัฒนาสร้างสรรค์ และจัดการชุมชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ **อานนท์ สีดาเพ็ง**^๓ ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม” พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงด้วยการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยว ภายหลังจากนำรูปแบบการจัดการดังกล่าวไปใช้ พบว่าชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในภาพรวมว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวกหรือมีสภาพดีขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์**^๔ ได้ศึกษาวิจัย “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง” พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ๕ อันดับแรกที่ส่งผลต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง ได้แก่ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงสุด การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น การฝึกอบรม

^๓ อานนท์ สีดาเพ็ง, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม”, วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา), (คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙).

^๔ ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์, “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”, วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๐).

บุคลากรในท้องถิ่น การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และการจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการ ข้าราชการท่องเที่ยวให้พร้อม

องค์ประกอบที่ ๒ เครื่องมือการจัดการท่องเที่ยว โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องการจัดผ่านเครื่องมือ PTM ซึ่งจะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ แม้แหล่งท่องเที่ยวมีจะศักยภาพและมีความพร้อมเพียงใด หากแต่ยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนแทนที่การนำรายได้กลับมาพัฒนาชุมชนบนฐานการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนก็จะไม่สามารถทำให้ประชาชนสามารถมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้ประกอบด้วยการมีส่วนร่วม ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ **กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช**^๕ ได้ศึกษาวิจัย “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์” พบว่า เมื่อชุมชนบ้านโพนมีปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนสูงจะส่งผลให้ผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพนอยู่ในระดับที่สูงขึ้น แสดงให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ชุมชนต้องเข้าใจและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และให้บริการในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ จึงจะสามารถขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วันชัย พวงเงิน และคณะ**^๖ ได้ศึกษาวิจัย “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย” พบว่า ศักยภาพของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนกงไกรลาศนั้นมีความครอบคลุมตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง ๕ ปัจจัย ดังนี้ ๑) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ๓) ที่พัก (Accommodation) ๔) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ ๕) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

องค์ประกอบที่ ๓ เครื่องกำกับใจ เป็นการดำเนินชีวิตโดยมีหลักธรรมเป็นเข็มทิศนำทางในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยธรรมทั้งหลายเป็นเครื่องกำกับจากภายในจิตใจ ประกอบด้วย ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล ประกอบด้วย ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา ระดับผู้นำ ประกอบด้วย มี

^๕ กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช, “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-เมษายน ๒๕๖๑).

^๖ วันชัย พวงเงิน และคณะ, “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย”, หน้า ๒๐๘.

วิสัยทัศน์ จัดการดี และมีมนุษยสัมพันธ์ ระดับชุมชน ประกอบด้วย เมตตาทายกรรม เมตตาวจีกรรม เมตตาเมตตามโนกรรม สาธารณโภคี สีสสามัญญตา และทิวาสามัญญตา สอดคล้องกับงานวิจัยของ**พระบุญเพ็ง สิทธิวงษา และคณะ**^๗ ได้ศึกษาวิจัย “การใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารจัดการท้องถิ่นของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลสี้อ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี” พบว่า แนวทางพัฒนาการใช้หลักแนวทางการใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการจัดการท้องถิ่นของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลสี้อ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี คือ ๑) ด้านฉันทะ (ความพอใจในสิ่งที่มีอยู่) จำเป็นจะต้องให้บุคลากรใช้ความพอใจในสิ่งที่มีอยู่พิจารณาในการบริหารจัดการส่วนท้องถิ่นอย่างรอบครอบและทำการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ๒) ด้านวิริยะ (ความเพียรพยายาม) จำเป็นจะต้องให้บุคลากรมีความจริงใจในการบริหารจัดการท้องถิ่นและสร้างเสริมความรับผิดชอบในตัวบุคลากร ๓) ด้านจิตะ (ความตั้งใจในสิ่งที่ทำอยู่) จำเป็นจะต้องให้บุคลากรมีความเสียสละตั้งใจในการบริหารจัดการท้องถิ่น เพื่อประโยชน์ขององค์กรเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการเสริมสร้างความเข้าใจ ๔) ด้านวิมังสา (ความไตร่ตรองหาเหตุผล) จำเป็นจะต้องให้บุคลากรใช้สติกำกับในการควบคุมอารมณ์ในการบริหารจัดการส่วนท้องถิ่นที่ได้รับมอบหมายรับผิดชอบร่วมกันเสริมสร้างลักษณะนิสัยในทางบวก

๕.๒.๓ การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT-NSN = REALITYS ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ ส่วนที่ ๑ แปรเหลี่ยม คือ องค์ประกอบ ๘ ด้านเป็นมรรค ๘ อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ**คมพล สุวรรณภู และคณะ**^๘ ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง” พบว่า องค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม ๕ ประการ คือ ๑) คน/บุคลากร ที่ใช้ในการต้อนรับ ๒) สถานที่ที่ใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ๓) คุณภาพและความเพียงพอของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว ๔) กิจกรรมและการบริการ และ ๕) การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

^๗ พระบุญเพ็ง สิทธิวงษา และคณะ, “การใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารจัดการท้องถิ่นของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลสี้อ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี”, วารสารมหาจุฬานาครทรรค์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๕ (กรกฎาคม ๒๕๖๒).

^๘ คมพล สุวรรณภู และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, รายงานวิจัย, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘).

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์**^๙ ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ องค์ประกอบ คือ ๑) คนชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ๒) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น ๓) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน ๔) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ ๕) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้คนชุมชนจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่จะต้องให้การดำเนินการเป็นไปตามคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ **พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์**^{๑๐} ได้ศึกษาวิจัย “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” พบว่า กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรต้องอาศัยความร่วมมือของไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นโยบายมีทิศทางเป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจน และส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรมีในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ศักยภาพด้านพื้นที่ ศักยภาพด้านการจัดการ และศักยภาพด้านคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ลักษณา เกตุราพันธ์ และคณะ**^{๑๑} ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี” พบว่า รูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นคือ ทีเอชซีแอลซีเอพีซี โมเดล “ThCLCAPC Model” ประกอบด้วย ๗ องค์ประกอบ โดยที่ Th คือ Thai Phuan (ชาวไทยพวน) C หมายถึง Creation (การสร้างสรรค) L คือ Learning (การเรียนรู้) C คือ Conservation (การอนุรักษ์) A คือ Awareness (ความตระหนัก) P คือ Participation of Community (การมีส่วนร่วมของชุมชน) และ C คือ Cultural Tourism Activity (กิจกรรมการ

^๙ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, **ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์**, (บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕).

^{๑๐} พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์, “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”, **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘).

^{๑๑} ลักษณา เกตุราพันธ์ และคณะ, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, **ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘).

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) ซึ่งผลการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับเหมาะสมมาก สามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมชุมชนชาวไทยพวน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี^{๑๒} ได้ศึกษาวิจัย “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่ประยุกต์ใช้สามารถนำมาใช้ในการจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมายได้เป็นอย่างดี ในการค้นหาองค์ความรู้ สามารถจำแนกความรู้ได้เป็น ๔ ด้าน คือ ๑) แหล่งท่องเที่ยว ๒) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ๓) ด้านนักท่องเที่ยว และ ๔) ด้านธุรกิจ การจัดเก็บความรู้สามารถแบ่งความรู้ออกเป็น ๕ หมวดใหญ่ ๑๗ หมวดย่อย ๕๗ หมู่ย่อย กำหนดชุดข้อมูลที่จำเป็นที่ใช้ในการอธิบายแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งได้เป็น ๙ องค์ประกอบ โดยกลุ่มตัวอย่างประเมินว่า ทั้งหมดหมู่ความรู้ ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหาที่ครอบคลุม ละเอียด ชัดเจน และสามารถช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้นได้

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (CCBT-NSN=REALITYS) จึงขอเสนอแนะ ดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ควรจะมีการจัดทำยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ระดับจังหวัดเพื่อการพัฒนาและแก้ไขปัญหาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่จะเกิดในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ดังนี้

๑) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถและศักยภาพของคนชุมชน หน่วยงาน (จังหวัดนครสวรรค์, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้น ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครสวรรค์อย่างต่อเนื่อง

๒) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการด้านพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นระบบ มีการติดตาม กำกับดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีการกำกับติดตามตรวจสอบ มาตรฐานความยั่งยืน สร้างมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

^{๑๒} กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (ธันวาคม ๒๕๕๘).

๓) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วม และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ

๔) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายชุมชนนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นการติดต่อสื่อสารและประสานงานกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๕) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการของชุมชน โดยเน้นการค้าที่เป็นธรรม

๖) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการด้านทรัพยากรทางสังคม และวัฒนธรรม โดยปลูกฝังจิตสำนึกของชุมชน และนักท่องเที่ยวให้ปกป้องและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และให้ความเคารพต่อทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อให้ชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยลดการพึ่งพาการสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชน ด้วยการสืบสาน รักษา และต่อยอดการท่องเที่ยวบนฐานของคุณค่าของทุนท้องถิ่น ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

๑) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากกว่า ๑ รูปแบบ ตามศักยภาพของชุมชน นอกเหนือจากการท่องเที่ยวชมธรรมชาติเพียงอย่างเดียว รวมถึงสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยว

๒) สร้างพันธมิตรการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนและสร้างความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น มีการแลกเปลี่ยนและต่อยอดรายได้ไปยังชุมชนอื่นระหว่างกัน และมีการส่งต่อนักท่องเที่ยวโดยการกำหนดในโปรแกรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรร

๓) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นของชุมชน เช่น ถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยว สะพานทางเดินศึกษาธรรมชาติ โดยไม่ทำลายวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ของชุมชน

๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการตลาด ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศ และการยกระดับสินค้าและบริการของชุมชน

๕) การสร้างความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับองค์ความรู้การท่องเที่ยววิถีชุมชนแก่คนชุมชนให้รับทราบถึงหลักการพื้นฐาน ความจำเป็น วิธีการ และประโยชน์ของการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยววิถีชุมชน

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

๑) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว

๒) ควรมีการวิจัยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์พื้นที่อื่น ๆ หรือชุมชนต่าง ๆ ที่มีข้อมูลยืนยันในเชิงประจักษ์ว่าสามารถพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของแต่ละชุมชน หรือขีดความสามารถในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๓) ควรมีการวิจัยรูปแบบพฤติกรรม แรงจูงใจ และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ:

ดร.ชนันท์ เอมพันธ์ และเรณูภา กลีบสุข. “การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน” ในเอกสาร
การสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน หน่วยที่ ๙-๑๕.
นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๔

ถวัลย์ มาศจรัส. นวัตกรรมการศึกษาชุด KM Knowledge Management. กรุงเทพ
มหานคร: ธารอักษร, ๒๕๕๒.

ถวิลวดี บุรีกุล. การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบัน
พระปกเกล้า, ๒๕๔๘.

ธีระ สนิเตชารักษ์ และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของ
นักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. วิจัยและสถิติ: คำถามชวนตอบ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยา
การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๒.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และคณะ. รายงานการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนใน
กระบวนการนโยบายสาธารณะ. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อ่าเภอพีกราฟ
ฟิคดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๕๔.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และถวิลวดี บุรีกุล. ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม Participatory
Democracy. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๔๘.

พรทิพย์ อุดมสิน. “รูปแบบ และเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร” หน่วยที่
๒ ในการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๔.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). **พุทธวิธีการบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). **การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสภา และสถาบันบันลือธรรม, ๒๕๔๓.
- _____. **พุทธศาสน์กับการแนะแนว**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๓.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์รวมเล่ม ๓ ภาค ครั้งที่ ๑๕. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จันทร์เพ็ญ, ๒๕๕๐.
- ว. วชิรเมธี. **คนสำเร็จ งานสำเร็จ**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๔. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์, ๒๕๕๑.
- วันชัย วัฒนศัพท์ และคณะ. **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน การตัดสินใจที่ดีกว่าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท, ๒๕๕๑.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๐.
- สำนักส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน. **คู่มือการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของประชาชน**. กรุงเทพมหานคร: กรมชลประทาน, ๒๕๕๕.
- สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. **การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ในรอบปี ๒๕๕๙**. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๐.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. **องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ**. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.
- อรทัย ก๊กผล. **การบริหารปกครองสาธารณะ: การบริหารรัฐกิจในศตวรรษที่ ๒๑**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, ๒๕๕๖.
- _____. **คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์, ๒๕๕๒.

บรรณานุกรม (ต่อ)

(๒) ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์:

นราวดี บัวขวัญ. “รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลอง อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา”. **ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม**. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖.

ลักขณา เกตุราพันธ์ และคณะ. “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”. **ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”. **ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์**. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕.

สุทธิชัย โฉ่นารายณ์ สุพจน์ ทรายแก้วและสาธิต วงศ์อนันต์นนท์. “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”. **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘.

อานนท์ สีดาเพ็ง. “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม”. **ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา**. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙.

(๓) รายงานวิจัย:

คมพล สุวรรณภู และคณะ. “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘.

นพพร จันทรนำชู. ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี. “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ปฐุม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุญ. “การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๖๐.

พรรณธิดา เหล่าพงศ์ศักดิ์. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์. “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, ๒๕๖๐.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่”. **รายงานวิจัย**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาศิลป, ๒๕๕๗.

วันชัย พวงเงิน และคณะ. “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอโขงเจียม จังหวัดสุโขทัย”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: เทศบาลตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม จังหวัดสุโขทัย, ๒๕๖๐.

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. “โครงการจัดทำรูปแบบกลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดทำนโยบาย แผน มาตรการ กฎหมาย หลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม”. **รายงานวิจัย**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๗.

(๔) บทความ:

กรกช ทราย และคณะ. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา”. **วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครบรอบ ๒๓ ปี**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๔ (๒๕๖๐): ๑๖๘.

กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช. “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๑๑๖.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กัณฑ์ถน แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (ธันวาคม ๒๕๕๘): ๘๕.
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา”. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๔๕-๑๔๘.
- ธณัศวัล กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์”. **Veridian E-Journal. Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๔๗๑.
- ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์. “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๐): ๑๐๐.
- ปวีณา งามประภาส. “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่หลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง”. **วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑๖ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๗๘.
- ปิ่นมณี ขวัญเมือง. “หลักอิทธิบาท๔: เส้นทางสู่ความสำเร็จ”. **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๗): ๓.
- ผดุง วรรณทอง. อนันต์ ธรรมชาลัย และसानิต ศิริวิศิษฐ์กุล. “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการบริหารองค์กรเอกชนในจังหวัดนนทบุรี”. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑): ๙๙.
- พระครูถาวรสิทธิการ และพระราชเชมากร. “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในกระบวนการแปรรูปกล้วยของชุมชนบ้านไทรน้อย อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่”. **วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ มจร วิทยาเขตแพร่**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๑): ๘๓.
- พระครูอุทัยสุตกิจ. ดร.สุพจน์ ศรีไสย และดร.จินต์ วิภาตะกัลป์. “ความสำเร็จของการบริหารงานตามหลักอิทธิบาทสี่ของพระสงฆ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในเขตพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี”. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘): ๑๖๑.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พระธัชพล สิริภุโท งามแพง. “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาทในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอบางบาล จังหวัดร้อยเอ็ด”. **วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๘): ๑๖๑.
- พระธีรวัตติ จรณธมโม คณิงทรัพย์. “การประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ของบุคลากรเพื่อการบริหารจัดการ องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดุสิต จังหวัดพิษณุโลก”. **วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๑๓.
- พิพัฒน์ ประดับเพชรและคณะ. “ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา”. **วารสารการบริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๓): ๑๖๒.
- เพลินพิศ สมสกุล. “การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ชุมชนประเภทพิพิธภัณฑ์และวัด : กรณีศึกษา อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี”. **วารสารกระแสวัฒนธรรม**. ปีที่ ๑๗ ฉบับที่ ๓๒ (๒๕๕๙): ๓๓.
- มยุรี คำปาเชื้อ. อินดา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน. “รูปแบบการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร”. **วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๕๙): ๑๐๔.
- ยุพิน อุ่นแก้ว และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล. “การพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๐): ๑๐.
- ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาดำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด”. **วารสารธรรมศาสตร์**. ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๐): ๗๑.
- ไตรจิตกษณ์ กมลศักดิ์วิกุล. “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชน อำเภอสายผึ้ง จังหวัดสระบุรี”. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต**. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๖): ๕๖.
- อรวิภา จรุงจรรูวัฒนา. สิริปริยัตยานุศาสตร์. เทพประวิณ จันทร์แรง และพิสิฐฐ์ โคตรสุโพธ. “การบูรณาการหลักอิทธิบาท ๔ กับการเรียนการสอนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยตำบลหายยา อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่”. **วารสารบัณฑิตวิจัย**. ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): ๑๘๙.

บรรณานุกรม (ต่อ)

(๕) เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์เผยแพร่และเอกสารอื่น ๆ:

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว”. (อัดสำเนา).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ.๒๕๕๙-๒๕๖๓”. (อัดสำเนา).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔”. ราชกิจจานุเบกษา ๑๓๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐: ๔๙.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์. “รายงานหมู่บ้านเป้าหมายตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรม จังหวัดนครสวรรค์”. (อัดสำเนา).

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง. เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านท่าเตียนสามัคคี หมู่ที่ ๑๔ ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์. (อัดสำเนา).

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดงทับฟ้า. เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านซับตะเคียน หมู่ ๑๑ ตำบลสุขสำราญ อำเภอดงทับฟ้า จังหวัดนครสวรรค์. (อัดสำเนา).

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดงทับฟ้า. เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านหนองโพใต้ หมู่ ๑ ตำบลหนองโพ อำเภอดงทับฟ้า จังหวัดนครสวรรค์. (อัดสำเนา).

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบรรพตพิสัย. เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านดงแม่ปางเมือง หมู่ที่ ๑๐ ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์. (อัดสำเนา).

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์. เอกสารสรุปผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านวังหอยก หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. (อัดสำเนา).

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙”. ราชกิจจานุเบกษา ๑๒๘ ธันวาคม ๒๕๕๕: ๑๐๙.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔”. *ราชกิจจานุเบกษา* ๑๓๓ ธันวาคม ๒๕๕๙: ๙๔.

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน หรือ (อพท.). “คู่มือเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน”. (อัดสำเนา).

(๖) สื่ออิเล็กทรอนิกส์:

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=422&filename=index6 [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

จังหวัดนครสวรรค์. *วิสัยทัศน์ จังหวัดนครสวรรค์*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nakhonsawan.go.th/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=2:2017-12-22-08-42-41&catid=8&Itemid=102 [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ๒. *วิสัยทัศน์*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thailowernorth.com/webosm/vision.html> [๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์. *ทะเบียนหมู่บ้านดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ณ วันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๑*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://nakhonsawan.cdd.go.th/services/ชุมชนท่องเที่ยว_OTOP_นวัตวิถี [๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑].

_____. *รายงานข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน จปฐ. ปี ๒๕๖๑*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://nakhonsawan.cdd.go.th /services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์](http://nakhonsawan.cdd.go.th/services/รายงานครัวเรือนตกเกณฑ์) [๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒].

(๗) สัมภาษณ์/สนทนากลุ่ม:

สัมภาษณ์ นางชนัชฎา เกิดปาน. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

นางบุญสม ภิรมย์ราช. ผู้ประกอบการ และผู้สืบทอดการปอกตาลของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สัมภาษณ์ นางระพิน สิงห์ลอ. ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ. ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นางสาวกัลยา โตประเสริฐ. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นางสาวโฉมตรู จันโอภา. นักท่องเที่ยว, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.
- นางสาวนงเยาว์ เหงาใจัก. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นางสาวนาฏฉวีวรรณ ปาณะวิชัยนันท์. นักท่องเที่ยว, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.
- นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์. ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.
- นางสาวภาวิ พงษ์จตุรา. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.
- นางสาวพัฒนารี จันทระโชติ. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นางสาวสรญา อยู่กรุง. นักท่องเที่ยว, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นายจกมล บุญยา. ประชาชนบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.
- นายจำรูญ บุญพันธ์. นักท่องเที่ยว, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.
- นายเฉลิม ทองแพง. ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นายณรงค์ พันธุ์เขียน. ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๑๐ บ้านดงแม่นางเมืองบ้านดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.
- นายณรงค์ ภัคดีสุข. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอดงเจริญ จังหวัดนครสวรรค์, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.
- ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด. ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สัมภาษณ์ นายธนโชติ จันทร์ดวง. มัคคุเทศก์ชุมชนของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้
อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

นายบุญธรรม แก้วเกตุ. ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัด
นครสวรรค์, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒.

นายปณัฏทนต์ ศรีเทียนชัย. ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์,
๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

นายยอด จินศิริวานิชย์. ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวัฒน์ไบโอ เทค จำกัด ภาคีเครือข่าย,
๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

นายรัฐพล ธุระพันธ์. นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒.

นายสมโภช วัฒนชะ. นักท่องเที่ยว, ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒.

นายสรสิทธิ์ อินทร. สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่นางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
จังหวัดนครสวรรค์, ๓ มีนาคม ๒๕๖๒.

พระครูนิวิฐาจารย์วัฒน์. เจ้าคณะตำบลตาซัด เจ้าอาวาสวัดสังขวิจิตร ตำบลตาสัง อำเภอ
บรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

ว่าที่ร้อยตรีสุริยา สระทองอาด. ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอ
เมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์, ๑ เมษายน ๒๕๖๒.

ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา. กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์,
๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

นางชนัชฎา เกิดปาน. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ
ชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์, ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

สนทนากลุ่ม นางสาวทรงศรี อิสสรมาลา. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนา
ชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

นางสุภาพร แต่งนารา. นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและร้านอาหาร
จังหวัดนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

นายชัยรัตน์ พิภู่. ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครสวรรค์, ๘
พฤษภาคม ๒๕๖๒.

นายพิทักษ์ ตั้งแต่ง. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

นายอาทิตย์ นิมา. นักถ่ายภาพพัฒนาเมืองนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง. รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ้าย
วิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สนทนากลุ่ม พระราชรัตนเวที ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.. ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์
, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แสงทอง. อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒.

2. ภาษาอังกฤษ

1. Secondary Sources

(I) Books:

Adhikary. Mc. Kinsey. “Management of Ecotourism” in **Ecotourism: Concept. Design
and Strategy**. Bangkok: Srinakharinwiro, 1995.

Berlo. David K.. **The Process of Communication**. New York: Rinechart and Winston.
Inc., 1960.

Bollen. K.A.. **Structural Equation with Latent Variables**. New York: Wiley, 1989.

Cochran. W. G.. **Sampling Techniques**. Third Edition. New York: John Wiley & Sons.
Inc, 1977.

Cohen. J.M. and Uphoff. N.T.. **Participations Place in Rural Development: Seeking
Clarity through Specificity**. New York: World Developments, 1980.

_____ . **Rural Development Participation**. New York: Concept and Measures for
Project Design Implementation and Evaluation, 1978

Cooper. H. & Lindsay. J.J. “Research Synthesis and Meta-Analysis”. In Bickman. L. &
Rog. D.J. eds. **Handbook of Applied Social Research Methods**. California:
Sage Foundation, 1997.

Deming. Edward W. **Out of the Crisis**. USA: The Massachusetts Institute of Technology
Center for Advanced Engineering Study, 1995.

Denzin. Norman K. and Yvonna S. Lincoln. **Handbook of Qualitative Research.** Thousand Oaks. Calif: Sage Publications, 2000.

Diamantopoulos. A. & Siguaw. A.D.. **Introducing LISREL: A guide for the uninitiated.** London: Sage Publication, 2000.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Hair. J. F. Black. W. C. Babin. B. J. & Anderson. R. E. **Multivariate data analysis: A global perspective.** 7th ed. New Jersey: Pearson Education Inc, 2010.

Hinkle. Wiersma. & Jurs. **Applied Statistics for the Behavioral Sciences.** 5th ed.. Boston: Houghton Mifflin, 2003.

Jöreskog. K.G. & Sörbom. **LISREL 8.7 for Windows.** Lincolnwood. IL: Scientific Software International. Inc., 2004.

—————. **LISREL 8 Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language.** Chicago: Scientific Software International, 1996.

Kaplan. D. **Structural Equation Model: foundation and extensions.** Thousand Oake: Sage publications, 2000.

Landry. C. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators.** USA: Earth scan Publications Ltd, 2000. Lawson. F. and M. Baud-Bovy. **Tourism and Recreation Development.** London: Architectural Press, 1997.

Likert. Rensis. **The Method of Constructing and Attitude Scale.** Reading in Attitude Theory and Measurement. Fishbein. Martin. Ed. New York: Wiley & Son, 1970.

Marston. John E. **Modern Public Relations.** New York: McGraw-Hill Book Company, 1979.

Pearce. D. **Tourism Organisations.** New York: Longman Scientific & Technical, 1992.

Pike. Steven D. **Destination Marketing: an integrated marketing communication approach.** Massachusetts United States: Butterworth- Heinemann. Burlington, 2008.

Rensis A. Likert. **New Patterns of Management.** New York: McGraw-Hill Book Company Inc., 1961.

Scott M. Cutlip. Allen H. Center and Glen M. Broom. **Effective public relations.** New Jersey: Pearson Education, 2006.

Scott. J. **A Matter of Record. Documentary Sources in Social Research.** Cambridge: Polity Press, 1990.

Seitel. S. **The Practice of Public Relations.** 10th edition. New Jersey: Practice-Hall, 2007.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Tourism Western Australia. **Five A's of tourism.** Australia: Tourism Western Australia, 2009.

United Nation. "Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and Nation Development Report of The Meeting for The Adhoc Group of Expert". **Department of Internation Economic and Social Affair.** New York: United Nation, 1981.

Wurzburger. R. et al.. **Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide.** Santa Fe: Sunstone Press, 2010.

(II) Articles:

Baggs. J. G. & Schmitt M. H.. "End-of-Life Decisions in adult Intensive care: Current research base and directions for Future". **Nursing Outlook.** Vol 41 No 3 (2000): 158-164.

Butler. R.W. "The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management of resources". **Canadian Geographer.** Vol 24 (1980): 5-12.

Delbecq. A.L. & Andrew. H.V. "A Group Process Model for Problem Identification and Program Planning". **Applied Behavioral Sciences.** Vol 7 No 10 (1971): 466-492.

Kwortnik. R. J. & Ross. W.T. "The Role of Positive Emotions in Experiential Decisions". **International Journal of Research in Marketing.** Vol 24 (2007): 324-335.

Lynn. M. R. **Determination and Quantification of Content Validity.** Nursing Research. 366 (1986): 382-385.

Poulsson. S. H. G. & Kale. S. H. "The experience economy and commercial experiences". **The Marketing Review.** Vol 4 No 3 (2004): 324-335.

Richards. G. “Creativity and Tourism: The State of the Art” . **Annals of Tourism Research**. Vol. 35 No. 4 (2011): 1225-1253.

บรรณานุกรม (ต่อ)

(IV) Grey Literature:

- Getz. D. “Tourism planning and research: traditions models and futures” . **Paper Presented Australian Travel Research Workshop**. Bunbury. Western Australia. June 2000: 95. (Mimeographed).
- Pelasol. J. “Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo. Philippines International” . **JPAIR Multidisciplinry Research is being certified for QMS ISO 9001**. 8. March 2012: 90-97. (Mimeographed).
- Richards. G. “Tourism development trajectories- From Culture to Creativity?” . **Paper presented to the Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism**. Jeju Island. Republic of Korea. June 3-5. 2009: 42. (Mimeographed).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำดัชนีพันธุ
(แบบสอบถาม)

๑. พระสุธีรัตนบัณฑิต, รองศาสตราจารย์ ดร.
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.พฤษ์สรรงค์ สุทธิไชยเมธี
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา น้อยจันทร์
คณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือ
รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร
นักวิจัย/อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ภาคผนวก ข.

ผลการหาดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์เป็นรายชื่อ (IOC)

ผลการทำวิจัยความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์เป็นรายข้อ (IOC)
 เรื่อง การพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์
 ผู้วิจัย นางพริศลา พรหมศิลป์
 นิเทศวิทยุศูนย์ปฏิบัติการวิจัยและวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา
 มหาวิทยาลัยบูรพา

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)									
การทั่วหน้า									
๑.	ทำมีส่วนร่วมในการนำเสนอ องค์ความรู้จากการท่องเที่ยว ชุมชน เช่น นิทรรศการ เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ทำมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ทำมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานต่าง ๆ ในภาคพื้น กิจกรรมการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ทำมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมของชุมชน เช่น การทำ ความสะอาดภายในชุมชน การ อนุรักษ์และสืบสานประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ทำมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
การไม่มีการรับผลประโยชน์									
๑.	ทำมีส่วนร่วมในการจัดการ บริการของนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ทำมีส่วนร่วมในการจัดการ บริการนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่

(Handwritten signature and date)
 ๑๖/๑๒/๒๕๖๒

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๓.	ทำมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวของ ชุมชน เช่น การบริการที่พัก บริการ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ทำมีส่วนร่วมในการจัดตั้งวิสาหกิจ ชุมชน เช่น ซอฟต์แวร์, บ้านพัก, ร้าน จำหน่ายอาหาร เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ทำมีความพอใจในสภาพความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการมีกิจกรรม ท่องเที่ยวในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
การร่วมวางแผน									
๑.	ทำมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สภาพ ปัญหาของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๒.	ทำมีส่วนร่วมในการจัดลำดับ ความสำคัญของกิจกรรมท่องเที่ยวใน ชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ทำมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ในการพัฒนาชุมชน หรือวิสัยทัศน์ กิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๔.	ทำมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎ ระเบียบ กฎเกณฑ์ในการใช้จัดการ ทางการเกษตรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ทำมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรม ท่องเที่ยวในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
การร่วมคิด									
๑.	ทำมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวใน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ทำมีส่วนร่วมในการเสนอแนะให้ ประยุกต์ใช้กับกิจกรรมท่องเที่ยวใน ชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๓.	ทำมีส่วนร่วมในการวางกฎ ระเบียบ ของชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยว ในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ทำมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใน ประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวใน ชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ทำมีส่วนร่วมในการพิจารณา คุณค่าของกิจกรรมท่องเที่ยวใน ชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
ด้านการจัดการท่องเที่ยว (Tourism Resources)									
สิ่งอำนวยความสะดวก									
๑.	ในชุมชนของทำมีบริการอาหาร เหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ในชุมชนของทำมีห้องอาบน้ำ บริการอย่างเพียงพอเพื่อบริการ นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ในชุมชนของทำมีที่พักอาศัย เหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ในชุมชนของทำมีถนนหนทางที่ สะดวกและเชื่อมโยงไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวอื่น ๆ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ในชุมชนของทำมีศูนย์ข้อมูล ให้บริการนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
กิจกรรม									
๑.	ในชุมชนของทำมีกิจกรรมในการ ส่งเสริมและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๒.	ในชุมชนของทำมีการปลูกฝัง จิตสำนึกในการปฏิบัติตนอย่าง สุจริต รับผิดชอบและกตัญญู	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ในชุมชนของทำมีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมและกตัญญู	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๔.	ในชุมชนของทำมีกิจกรรมในการ ส่งเสริมและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๕.	ในชุมชนของทำมีการปลูกฝัง จิตสำนึกในการปฏิบัติตนอย่าง สุจริต รับผิดชอบและกตัญญู	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
สิ่งสำคัญ									
๑.	ชุมชนของทำมีกิจกรรมอนุรักษ์ และรักษา เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ชุมชนของทำมีการสืบสานภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น เช่น การ ทำอาหาร ศิลปหัตถกรรม เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ชุมชนของทำมีการเรียนรู้วิถีชีวิต และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมทำ กิจกรรมกับชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ชุมชนของทำมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวก และ มีความเป็นระเบียบ (สะอาด)	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ชุมชนของทำมีการจัดการทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จนเป็นที่ ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
พื้นที่									
๑.	ชุมชนของทำมีการจัดภูมิทัศน์ของ แหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ชุมชนของทำมีการจัดการทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความ ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ชุมชนของทำมีการพัฒนา และ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ ท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๔.	ชุมชนของทำมีการประชุม ปรึกษาหารือร่วมกันเป็นประจำ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
การประชาสัมพันธ์									
๑.	ชุมชนของทำมีการวางแผนในการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๒.	ชุมชนของทำมีการวางแผน และการ กำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ชุมชนของทำมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ชุมชนของทำมีการประเมินผลการ ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ท่องเที่ยวทุก ๆ ๑ เดือน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
การบริหารจัดการ (Management)									
การเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยว									
๑.	ทำมีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนา ท่องเที่ยวในชุมชนด้วยความสมัครใจ และผูกพันในสิ่งที่ตนเอง ทำ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ทำมีส่วนร่วมรับผิดชอบพื้นฐานของ การช่วยเหลือผู้สูงอายุและผู้พิการ เสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยวใน ชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๓.	ทำมีส่วนร่วมจัดตั้งศูนย์ข้อมูลและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่าง หลากหลาย	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๔.	ทำมีส่วนร่วมศึกษาความคิดเห็นของ ชุมชนเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา ท่องเที่ยวให้ดีขึ้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ทำทำเรื่อง และสิ่งมีใจที่เป็นส่วน หนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวใน ชุมชนให้เกิดขึ้นในหรือตลอด	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๔.	ชุมชนของทำมีการจัดภูมิทัศน์ของ แหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๕.	ชุมชนของทำมีการจัดการทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความ ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
ด้านการตลาด (Marketing)									
ช่องทางการสื่อสาร									
๑.	ชุมชนของทำมีการทำบัญชีรายการ ให้บริการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่พัก รถยนต์เช่า เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ชุมชนของทำมีการกระจายข่าวสาร/ ข้อมูล เพื่อการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายโฆษณา, ป้าย ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๓.	ชุมชนของทำมีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ สื่อออนไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
๔.	ชุมชนของทำมีการจัดการ สื่อในช่องทางสื่อที่ขยาย และ รางวัลแห่งชาติ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๘	ใช่
เครือข่าย									
๑.	ชุมชนของทำมีการประสานการ ทำงานร่วมกับภายในชุมชน และ ระหว่างชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๒.	ชุมชนของทำมีการประชุม ปรึกษาหารือร่วมกันเป็นประจำ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่
๓.	ชุมชนของทำมีการประสานการ ทำงานร่วมกับภายในชุมชน และ ระหว่างชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช่

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท									
๑.	เมื่อได้รับมอบหมายภารกิจ หน้าที่ในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจและเต็มที่จะปฏิบัติหน้าที่	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๒.	ท่านให้ความสำคัญและมุ่งมั่นพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๐	๑	๔	๐.๘	ใช้ได้
๓.	ท่านจะสนับสนุน ส่งเสริมในทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมายโดยไม่ว่างต่ออุปสรรคและภาระงาน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ความสำเร็จของการท่องเที่ยว คือเป้าหมายสำคัญที่ท่าน และคนในชุมชนมุ่งมั่น พยายาม เพื่อให้เกิดขึ้น	๑	๑	๑	๐	๑	๔	๐.๘	ใช้ได้
๕.	ท่านมีความอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญ เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ									
๑.	ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๒.	ท่านมีความแว่แว่เมั่นในสิ่งที่พัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่าจะสำเร็จ	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๓.	ท่านมีความใส่ใจ ใฝ่รู้ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งใน และนอกเวลา	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ท่านเอาใจใส่ในการท่องเที่ยวของชุมชน และเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไขร่วมกัน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๕.	ท่านสนใจเรียนรู้ และรับผิดชอบในการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างเต็มที่ แม้งานจะมีปัญหา อุปสรรคก็ตาม	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
การทบทวนในสิ่งที่ได้คิดได้ทำมา									
๑.	ท่านมีการไตร่ตรอง หาข้อดี ข้อด้อย ในการท่องเที่ยวของชุมชนทุกครั้งเพื่อเป็นแนวทางหรือต่อไป	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๒.	ท่านมีการตรวจสอบข้อบกพร่องของการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ตลอดเวลา	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๓.	ท่านมีส่วนร่วมในการคิดค้นแนวทางการปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชนและแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยเหตุและผล	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ท่านมีส่วนร่วมในการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๕.	ท่านมีการค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถที่จะมีส่วนช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์									
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (เรียนรู้)									
๑.	ชุมชนของท่านมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๒.	ชุมชนของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม กับเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๓.	ชุมชนของท่านเปิดโอกาสให้คนหลากหลายวัยๆ หลากหลายวิถีชีวิต ทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ชุมชนของท่านมีการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนด้วยความเป็นกัลยาณมิตรต่อกัน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๕.	ชุมชนของท่านมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (เข้าถึง)									
๑.	ชุมชนของท่านมีศักยภาพและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๒.	ชุมชนของท่านมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติด้านวิชาชีพที่นักท่องเที่ยวสามารถทดลองหรือร่วมกิจกรรมได้	๑	๑	๑	๐	๑	๔	๐.๘	ใช้ได้
๓.	ชุมชนของท่านมีแหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ชุมชนของท่านมีการจัดงานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ที่สร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๕.	ชุมชนของท่านมีการประชาสัมพันธ์ และเชิญชวน นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความสะอาด เป็นต้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (สัมผัส)									
๑.	ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สอบถาม ข้อเสนอเพื่อสร้างเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					สรุปและแปลผล		
		๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๒.	ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในกระบวนการการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และร่วมในกิจกรรมของชุมชนด้วยตนเอง	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๓.	กิจกรรม / การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้น จะไม่ก่อให้เกิดการทำลายคุณค่า หรือเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	กิจกรรม / การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้น สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๕.	กิจกรรม / การท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้น จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในภูมิปัญญา หรือภูมิสังคมของชุมชนเพิ่มเติมมากขึ้น	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
การเรียนรู้สิ่งใหม่ (ลงมือทำ)									
๑.	นักท่องเที่ยวมีการเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในชุมชน	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘	ใช้ได้
๒.	ชุมชนเป็นส่วนเติมเต็มทางความรู้ ความเข้าใจ และพัฒนาความสามารถให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘	ใช้ได้
๓.	ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือสร้างสรรค์การท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนผ่านข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๔.	ชุมชนมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้
๕.	ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และแสวงหาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑	ใช้ได้

ภาคผนวก ค.

ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

ผลการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

เรื่อง การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์
 ผู้วิจัย นางรัตติยา พรหมศิลป์
 หลักสูตรปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	92

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ParImp1	345.97	2559.964	.314	.981
ParImp2	346.20	2537.407	.498	.981
ParImp3	346.37	2523.895	.592	.981
ParImp4	346.40	2531.972	.490	.981
ParImp5	346.33	2514.989	.604	.981
ParBene1	346.27	2535.444	.454	.981
ParBene2	346.27	2537.030	.490	.981
ParBene3	346.80	2527.200	.501	.981
ParBene4	346.43	2551.220	.248	.982

นางรัตติยา พรหมศิลป์

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ParBene5	346.27	2546.685	.501	.981
ParPlan1	346.33	2525.885	.598	.981
ParPlan2	346.40	2523.145	.558	.981
ParPlan3	346.40	2527.490	.597	.981
ParPlan4	346.50	2505.017	.648	.981
ParPlan5	346.57	2491.840	.801	.981
ParThin1	346.30	2510.424	.740	.981
ParThin2	346.20	2513.821	.676	.981
ParThin3	346.37	2486.723	.833	.981
ParThin4	346.17	2510.764	.670	.981
ParThin5	346.30	2498.010	.742	.981
TouAmen1	346.23	2530.944	.615	.981
TouAmen2	346.33	2524.023	.744	.981
TouAmen3	346.20	2556.097	.420	.981
TouAmen4	345.83	2560.626	.296	.981
TouAmen5	346.40	2511.076	.694	.981
TouAct1	346.30	2518.700	.610	.981
TouAct2	345.90	2558.438	.318	.981
TouAct3	346.00	2544.276	.479	.981
TouAct4	346.20	2519.269	.765	.981
TouAct5	346.43	2529.978	.592	.981
TouAttr1	346.17	2550.833	.516	.981
TouAttr2	346.40	2533.076	.654	.981
TouAttr3	346.07	2534.202	.504	.981
TouAttr4	346.30	2519.528	.768	.981
TouAttr5	346.20	2514.993	.745	.981
TouPlac1	346.00	2528.690	.610	.981
TouPlac2	346.37	2527.344	.736	.981
TouPlac3	346.40	2514.317	.662	.981
TouPlac4	346.17	2519.592	.775	.981
TouPlac5	346.27	2511.582	.796	.981

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MarChan1	346.23	2530.737	.564	.981
MarChan2	346.20	2542.786	.578	.981
MarChan3	346.73	2484.478	.936	.981
MarChan4	347.00	2519.448	.634	.981
MarNetw1	346.53	2551.361	.467	.981
MarNetw2	346.43	2535.357	.620	.981
MarNetw3	346.33	2542.989	.573	.981
MarNetw4	346.37	2535.275	.596	.981
MarPR1	346.60	2507.972	.837	.981
MarPR2	346.57	2507.082	.811	.981
MarPR3	346.63	2492.447	.874	.981
MarPR4	346.87	2505.292	.819	.981
ManaAspi1	346.40	2504.179	.738	.981
ManaAspi2	346.67	2500.368	.774	.981
ManaAspi3	346.30	2514.010	.761	.981
ManaAspi4	346.50	2517.017	.768	.981
ManaAspi5	346.37	2521.620	.728	.981
ManaEffo1	346.37	2532.585	.629	.981
ManaEffo2	346.00	2519.793	.710	.981
ManaEffo3	346.13	2519.016	.619	.981
ManaEffo4	346.27	2539.720	.530	.981
ManaEffo5	346.00	2530.138	.593	.981
ManaAcTh1	346.40	2518.179	.647	.981
ManaAcTh2	346.27	2517.306	.651	.981
ManaAcTh3	346.17	2515.454	.646	.981
ManaAcTh4	346.13	2529.499	.578	.981
ManaAcTh5	346.03	2538.585	.535	.981
ManalInve1	346.13	2508.395	.701	.981
ManalInve2	345.97	2535.344	.608	.981
ManalInve3	346.23	2519.220	.638	.981
ManalInve4	346.10	2529.403	.617	.981
ManalInve5	346.07	2519.789	.630	.981

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CreaR1	346.43	2511.289	.668	.981
CreaR2	346.17	2517.730	.669	.981
CreaR3	346.37	2541.206	.522	.981
CreaR4	345.97	2526.654	.552	.981
CreaR5	346.10	2525.059	.638	.981
CreaE1	346.10	2552.990	.474	.981
CreaE2	346.00	2536.552	.575	.981
CreaE3	345.67	2553.540	.365	.981
CreaE4	346.00	2545.793	.437	.981
CreaE5	345.60	2562.593	.305	.981
CreaA1	345.80	2555.269	.448	.981
CreaA2	346.00	2542.000	.460	.981
CreaA3	345.73	2565.651	.299	.981
CreaA4	345.57	2572.461	.175	.981
CreaA5	345.80	2554.441	.371	.981
CreaL1	346.03	2540.378	.467	.981
CreaL2	345.73	2540.685	.566	.981
CreaL3	346.00	2559.931	.350	.981
CreaL4	345.97	2533.620	.670	.981
CreaL5	346.00	2549.793	.411	.981

ภาคผนวก ง.
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการศึกษาวิจัย

เรื่อง : การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมความคิดเห็นถึงการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ รวมถึงวิธีการแก้ไขและตั้งรับกับปัญหาของท่าน คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัย โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นฐานข้อมูลที่จะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบ และครบถ้วน

๒. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น ๔ ส่วน คือ

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์ภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน ๕ ข้อ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๕๒ ข้อ

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน ๔๐ ข้อ

ตอนที่ ๒ และตอนที่ ๓ คำตอบมี ๕ ระดับ ดังนี้

- ๕ หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- ๔ หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ๓ หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ๒ หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ๑ หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ ๔ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ซึ่งจะเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions) จำนวน ๑ ข้อ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางวิศิตยา พรหมศิลป์

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกรอกแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

- ๑. เพศ ชาย หญิง
- ๒. ระบุอายุ ๑๘ - ๓๐ ปี ๓๑ - ๔๐ ปี ๔๑ - ๕๐ ปี มากกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป
- ๓. ระดับการศึกษา ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ (ระบุ)
- ๔. อาชีพ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เกษตรกร อื่น ๆ (ระบุ)
- ๕. ระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ๑๐,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐ บาท ๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท มากกว่า ๓๐,๐๐๐ บาท

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

คำชี้แจง : โปรดกรอกแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)						
การร่วมทำ						
๑.	ท่านมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่ชุมชน เช่น เงิน วัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น					
๒.	ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน					
๓.	ท่านมีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
๔.	ท่านมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานแผน หรือกิจกรรมของชุมชน เช่น การรักษาความสะอาดภายในชุมชน, การอนุรักษ์และสืบสานประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น					
๕.	ท่านมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน					
การร่วมในการรับผลประโยชน์						
๑.	ท่านได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐในชุมชน					
๒.	ท่านได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
๓.	ท่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การบริการที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น					
๔.	ท่านมีส่วนร่วมในการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน เช่น ของที่ระลึก, บ้านพัก, ร้านอาหารของชุมชน เป็นต้น					
๕.	ท่านมีความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการมีกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
การร่วมวางแผน						
๑.	ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สภาพปัญหาของชุมชน					
๒.	ท่านมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๓.	ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาชุมชน หรือสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๔.	ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎ ระเบียบ กฎเกณฑ์ในการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม					
๕.	ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
การร่วมคิด						
๑.	ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๒.	ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนะในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๓.	ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผน ระเบียบของชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๔.	ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในที่ประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
๕.	ท่านมีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็นในที่ประชุมเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน					
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)						
สิ่งอำนวยความสะดวก						
๑.	ในชุมชนของท่านมีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว					
๒.	ในชุมชนของท่านมีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอเพื่อบริการนักท่องเที่ยว					
๓.	ในชุมชนของท่านมีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว					

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
๔.	ในชุมชนของท่านมีถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ					
๕.	ในชุมชนของท่านมีศูนย์ข้อมูลให้บริการนักท่องเที่ยว					
กิจกรรม						
๑.	ในชุมชนของท่านมีกิจกรรมในการส่งเสริมและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม					
๒.	ในชุมชนของท่านมีการปลูกจิตสำนึกเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย					
๓.	ในชุมชนของท่านมีข้อบังคับในการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน					
๔.	ในชุมชนของท่านมีกิจกรรมที่ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว เช่น การทำบุญตักบาตร, การบวชชีวิตรูป เป็นต้น					
๕.	ในชุมชนของท่านมีการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดจากการผลักดันทางความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน					
สิ่งดึงดูดใจ						
๑.	ชุมชนของท่านยังคงอนุรักษ์ และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง					
๒.	ชุมชนของท่านมีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น เช่น การทำอาหาร ศิลปะหัตถกรรม เป็นต้น					
๓.	ชุมชนของท่านมีการเรียนรู้วิถีชีวิต และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน					
๔.	ชุมชนของท่านมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความเป็นอารยะ (สากล)					
๕.	ชุมชนของท่านมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จนเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว					
พื้นที่						
๑.	ชุมชนของท่านมีการจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว					

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
๒.	ชุมชนของท่านมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว					
๓.	ชุมชนของท่านมีการพัฒนา และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น					
๔.	ชุมชนของท่านมีการกำหนดข้อบังคับตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม					
๕.	ชุมชนของท่านมีระบบการจัดการดูแลความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้อมตำรวจ, อาสาสมัครชุมชน เป็นต้น					
ด้านการตลาด (Marketing)						
ช่องทางการสื่อสาร						
๑.	ชุมชนของท่านมีการดำเนินการจัดการให้บริการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่พัก รถยนต์เช่า เป็นต้น					
๒.	ชุมชนของท่านมีการกระจายข่าวสาร/ข้อมูล เพื่อการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง, ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น					
๓.	ชุมชนของท่านมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ เป็นต้น					
๔.	ชุมชนของท่านเปิดกว้างเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ					
เครือข่าย						
๑.	ชุมชนของท่านมีการประสานการทำงานร่วมกันภายในชุมชน และระหว่างชุมชน					
๒.	ชุมชนของท่านมีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกันเป็นประจำ					
๓.	ชุมชนของท่านมีการพัฒนาวิสาหกิจในพื้นที่ และเกื้อหนุนกันในลักษณะของเครือข่าย					

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
๔.	ชุมชนของท่านมีท่าความเข้าใจในเป้าหมายการทำงานร่วมกันระหว่างผู้นำ และคนในชุมชนอยู่เสมอ					
การประชาสัมพันธ์						
๑.	ชุมชนของท่านมีการสร้างรูปในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
๒.	ชุมชนของท่านมีการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
๓.	ชุมชนของท่านมีการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเสมอ ๆ					
๔.	ชุมชนของท่านมีการประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุก ๆ ๓ เดือน					

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

คำชี้แจง : โปรดกรอกแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
การบริหารจัดการ (Management)						
การเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำ						
๑.	ท่านมีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนด้วยความสมัครใจ และมุ่งหวังในผลสำเร็จของงาน					
๒.	ท่านมีการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันอันเป็นการเสริมสร้างเสน่ห์ทางการท่องเที่ยวในชุมชน					
๓.	ท่านสมัครใจที่จะสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างสุดความสามารถ					

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด ๕	มาก ๔	ปานกลาง ๓	น้อย ๒	น้อยที่สุด ๑
๔.	ท่านยินดีรับฟังความคิดเห็นของทุกคนในชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น					
๕.	ท่านพอใจ และเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดขึ้นโดยไม่วิ่งผลัดอนแทน					
การมีความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท						
๑.	เมื่อได้รับมอบหมายภารกิจ หน้าที่ในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวท่านมีความเต็มใจและเต็มที่จะปฏิบัติหน้าที่					
๒.	ท่านให้ความสำคัญและมุ่งมั่นพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว					
๓.	ท่านจะสนับสนุน ส่งเสริมในทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมายโดยไม่วิ่งผลัดอนแทนและไม่ละทิ้งงาน					
๔.	ความสำเร็จของการทำงาน คือ เป้าหมายสำคัญที่ท่าน และคนในชุมชนมุ่งมั่น พยายาม เพื่อให้เกิดขึ้น					
๕.	ท่านมีความอดทนและตั้งใจฝึกฝน เพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้เกิดความชำนาญเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน					
การมีใจที่จดจ่อ และรับผิดชอบ						
๑.	ท่านมีความมุ่งมั่นที่ขมิ้นส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย					
๒.	ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว หรือภารกิจไม่คิดเรื่องอื่นจนกว่างานจะสำเร็จ					
๓.	ท่านมีความใส่ใจ ใฝ่รู้ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนทั้งใน และนอกเวลาว่าง					
๔.	ท่านเอาใจใส่ในการท่องเที่ยวของชุมชน และเพื่อนร่วมงาน เมื่อพบปัญหาที่พร้อมที่จะแก้ไขร่วมกัน					
๕.	ท่านสนใจรับรู้อะไร และรับผิดชอบในการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างเต็มที่ แม้ว่าจะมีปัญหา อุปสรรคก็ตาม					

ภาคผนวก จ.

ค่า Print Out จากโปรแกรมสำเร็จรูป

DATE: 2/28/2019
TIME: 19:02

L I S R E L 8.72

BY

Karl G. Joreskog and Dag Sorbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7888 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60468, U.S.A.
Phone: (800)247-6118, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005
Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyrights Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\tik\FullModel1\TRUEMODEL.SFU:

SYSTEM FILE from file 'C:\tik\FullModel1\TRUEMODEL.dsf'
Latent Variables MANA CREA PART TOUR MARK
Relationships
MANA1 = MANA
MANA2 = MANA
MANA3 = MANA
MANA4 = MANA
CREA1 = CREA
CREA2 = CREA
CREA3 = CREA
CREA4 = CREA
PART1 = PART
PART2 = PART
PART3 = PART
PART4 = PART
TOUR1 = TOUR
TOUR2 = TOUR
TOUR3 = TOUR
TOUR4 = TOUR
MARK1 = MARK
MARK2 = MARK
MARK3 = MARK
CREA = MANA
MANA = PART TOUR MARK
CREA = PART TOUR MARK
Set error covariance of CREA3 and CREA4 free
Set error covariance of TOUR3 and TOUR1 free
Set error covariance of PART2 and PART4 free
Set error covariance of TOUR2 and PART1 free
Set error covariance of TOUR1 and MARK3 free
Set error covariance of TOUR2 and MARK2 free

CREA4	-0.08 (0.02)	-0.09 (0.02)	-0.06 (0.02)	-0.03 (0.02)	-0.08 (0.02)	-
CREA3	-8.17	-8.80	-3.98	-1.29	-6.08	-

THETA-EPS
(continued)

CREA3	0.29 (0.02)	-	-	-	-	-
CREA4	18.00 (0.02)	0.17 (0.02)	-	-	-	-
MANA2	8.23	10.02	-	-	-	-

Squared Multiple Correlations for Y-Variables

MANA1	1.00	0.82	0.76	0.84	0.68	0.66
-------	------	------	------	------	------	------

Squared Multiple Correlations for Y-Variables (continued)

CREA3	0.48	0.66
-------	------	------

THETA-DELTA-EPS

PART1	MANA1 -0.03 (0.01)	MANA2 0.01 (0.01)	MANA3 0.08 (0.01)	MANA4 -0.02 (0.01)	CREA1 -0.02 (0.02)	CREA2 -0.04 (0.01)
PART2	-2.44 (0.01)	1.00 (0.01)	3.07 (0.01)	-1.22 (0.01)	-2.10 (0.01)	-3.13 (0.01)
PART3	4.71 (0.01)	-7.28 (0.01)	2.27 (0.01)	0.48 (0.01)	-	-
PART4	5.60 (0.01)	2.92 (0.01)	-	-	-	-
TOUR1	-0.07 (0.02)	-0.10 (0.02)	-0.11 (0.02)	-0.09 (0.02)	-	-
TOUR2	-4.86 (0.01)	-6.07 (0.01)	-4.15 (0.01)	-1.61 (0.01)	-	-
TOUR3	-0.03 (0.01)	-0.02 (0.01)	-	-	-	-
TOUR4	-3.96 (0.01)	-3.82 (0.01)	-0.04 (0.01)	-0.02 (0.01)	-	-
MARK1	-6.26 (0.01)	-3.30 (0.01)	-6.67 (0.01)	-	-0.01 (0.01)	0.04 (0.01)
MARK2	0.06 (0.01)	-	-	-	-	-
MARK3	8.44 (0.01)	-0.80 (0.01)	6.08 (0.01)	1.81 (0.01)	0.02 (0.01)	-
TOUR1	4.69	-8.80	2.94	-4.82	-	-

PSI

Note: This matrix is diagonal.

MANA	0.88	0.02
	(0.05)	(0.05)
CREA	8.18	0.24

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

MANA	0.62
CREA	0.98

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

MANA	0.62
CREA	0.77

Reduced Form

MANA	PART	TOUR	MARK			
0.89 (0.06)	-0.40 (0.07)	0.78 (0.09)	0.78 (0.09)			
8.08 (0.06)	-8.96 (0.07)	9.11 (0.09)	9.11 (0.09)			
-0.10 (0.06)	0.02 (0.07)	0.94 (0.09)	0.94 (0.09)			
-1.58 (0.06)	0.29 (0.07)	10.50 (0.09)	10.50 (0.09)			
MANA1	MANA2	MANA3	MANA4	CREA1	CREA2	CREA3

THETA-EPS

MANA1	0.00 (0.02)	-	-	-	-	-
MANA2	-0.06 (0.02)	0.10 (0.02)	-	-	-	-
MANA3	-8.44 (0.02)	7.58 (0.02)	0.16 (0.02)	-	-	-
MANA4	-4.02 (0.02)	4.84 (0.02)	8.26 (0.02)	0.03	0.11	-
CREA1	-7.97 (0.01)	8.29 (0.01)	6.37 (0.01)	-	-	-
CREA2	-	-	0.06 (0.02)	0.06 (0.02)	0.08 (0.02)	0.22 (0.02)
CREA3	8.18 (0.01)	4.49 (0.01)	3.36 (0.01)	7.82 (0.01)	-	0.03 (0.01)
CREA4	-0.11 (0.01)	-	-	-	-	-
MARK1	-9.44 (0.01)	2.65 (0.01)	4.43 (0.01)	10.82 (0.01)	0.00 (0.01)	0.09 (0.01)
MARK2	-0.08 (0.01)	-0.04 (0.01)	0.02 (0.01)	0.02 (0.01)	0.00 (0.01)	0.09 (0.01)
MARK3	-8.91 (0.01)	-2.86 (0.01)	1.07 (0.01)	1.22 (0.01)	-0.02 (0.01)	6.68 (0.01)

TOUR2	4.49 (0.01)	5.49 (0.01)	-	-	-	-
TOUR3	-0.08 (0.01)	-0.08 (0.01)	-	-	-	-
TOUR4	-7.08 (0.01)	-4.40 (0.01)	-7.84 (0.01)	-	-	-
MARK1	4.48 (0.01)	1.04 (0.01)	2.16 (0.01)	8.29 (0.01)	-0.07 (0.01)	-
MARK2	3.84 (0.01)	-6.17 (0.01)	-5.08 (0.01)	9.04 (0.01)	-	-
MARK3	-0.01 (0.01)	-	-	-	-	0.02 (0.01)
TOUR3	0.12 (0.01)	12.98 (0.01)	-	-	-	-
TOUR4	-	-	-0.03 (0.01)	-	-	-
MARK1	-2.82 (0.01)	-	-0.03 (0.01)	0.12 (0.01)	-	-
MARK2	-5.00 (0.01)	10.85 (0.01)	-	-	0.02 (0.01)	0.17 (0.01)
MARK3	0.04 (0.01)	8.60 (0.01)	2.42 (0.01)	18.14 (0.01)	-	-
PART2	7.07 (0.01)	10.24 (0.01)	-	-	-	-
PART3	-	-	-	-	-	-
PART4	-	-	-	-	-	-
TOUR1	-	-	-	-	-	-
TOUR2	-	-	-	-	-	-

THETA-DELTA
A
(continued)

Squared Multiple Correlations for X-Variables

PART1	0.63	0.47	0.76	0.91	0.81	0.95
-------	------	------	------	------	------	------

Squared Multiple Correlations for X-Variables (continued)

TOUR3	0.75	1.04	0.88	0.71	0.87
-------	------	------	------	------	------

CREA4 0.60 - -

Standardized Total Effects of KSI on Y

	PART	TOUR	MARK
MANA1	0.30	-0.31	0.60
MANA2	0.26	-0.27	0.52
MANA3	0.28	-0.29	0.56
MANA4	0.29	-0.31	0.60
CREA1	-0.07	0.01	0.64
CREA2	-0.07	0.01	0.60
CREA3	-0.05	0.01	0.49
CREA4	-0.06	0.01	0.55

Completely Standardized Total Effects of KSI on Y

	PART	TOUR	MARK
MANA1	0.39	-0.40	0.78
MANA2	0.35	-0.36	0.71
MANA3	0.34	-0.35	0.68
MANA4	0.35	-0.37	0.72
CREA1	-0.08	0.02	0.77
CREA2	-0.08	0.02	0.77
CREA3	-0.07	0.01	0.65
CREA4	-0.08	0.02	0.76

Time used: 0.266 Seconds

ภาคผนวก ฉ.**หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการทำดัชนีพันธุ
(แบบสัมภาษณ์)**

๑. พระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์
๒. ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุยะพรหม
รองอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป
ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัยวรรณ ภูเทศ
อาจารย์สาขาวิชาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๕. อาจารย์โอปอล์ รังสิมันต์ชาติ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ภาคผนวก ข.

ผลการหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา
(Content Validity Index = CVI)

ผลการหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา
(Content Validity Index = CVI)

เรื่อง การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
ผู้วิจัย นางรัตติยา พรหมกลับ
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					จำนวนผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นสอดคล้อง	Item Content Validity, I-CVI (รายชื่อ)
	๑	๒	๓	๔	๕		
๑	X	X	X	X	X	๕	๑
๒	X	X	X	X	X	๕	๑
๓	X	X	X	X	X	๕	๑
๔	X	X	X	X	X	๕	๑
๕	X	X	X	X	X	๕	๑
๖	X	X	X	X	X	๕	๑
๗	X	X	X	X	X	๕	๑
๘	X	X	X	X	X	๕	๑
ความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity For Scale, S -CVI)							๑

หมายเหตุ X แทน ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ให้คะแนน ๓ หรือ ๔



๑๖/๑๑/๖๖

ภาคผนวก ข.

หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นิติกรเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
(สัมภาษณ์เชิงลึก)

๑. ว่าที่ร้อยตรีสุรียา สระทองอาด
ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์
๒. นายรัฐพล ฐระพันธ์
นายอำเภอเก่าเลี้ยว/อดีตนายอำเภอ
๓. นายณรงค์ ภัคดีสุข
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ อำเภอตากาลี
๔. นายบุญธรรม แก้วเกตุ
ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
๕. นายเฉลิม ทองแพง
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๒ บ้านวังหยวก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์
๖. นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
๗. นางสาวนงเยาว์ เหงาใจึก
ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากาลี
๘. ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
๙. นายณรงค์ พันธุ์เขียน
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๐ บ้านดงแม่ยางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
๑๐. นางสาวปภาวี พงษ์จตุรา
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์
๑๑. นางสาวกัลยา โตประเสริฐ
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า
๑๒. นางชนันษา เกิดปาน
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง
๑๓. นางสาวพัฒนารี จันทร์โชติ
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากาลี
๑๔. นายยอด จินศิริวานิชย์
ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวัฒน์ไปโอ เทรด จำกัด

๑๕. นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ
ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำบ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์
๑๖. นายธนโชติ จันทรวง
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองบัว
๑๗. นายปิ่นนัทต์ ศรีเทียนชัย
ช่างภาพอิสระ และสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์
๑๘. นายสรสิทธิ์ อินทร
สมาชิกสมาคมรักษ์คงแม่บางเมือง ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
๑๙. นายจنگล บุญยา
ประชาชนบ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
๒๐. นางระพิน สิงห์ล่อ
ประธานกลุ่มปลาแดดเดียว หมู่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง
นครสวรรค์
๒๑. นางบุญสม ภิรมย์ราช
ผู้ประกอบการ และผู้สาคิตการปกตตาลของหมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี
ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
๒๒. พระครูนิวิฐาจารย์วัฒน์
เจ้าคณะตำบลตาสัง เจ้าอาวาสวัดสังฆวิจิตร ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
๒๓. นางสาวโฉมตรู จันโอภา
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหมู่ ๑๑ บ้านซับตะเคียน ตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
๒๔. นางสาวนาฏนวรรค์ ปาณะวิษญ์นันท์
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
๒๕. นางสาวสรณญา อยู่กรุง
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหมู่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง
นครสวรรค์
๒๖. นายสมโภช วัฒนนะ
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหมู่ ๑ บ้านหนองโพใต้ ตำบลหนองโพ อำเภอตากลี
๒๗. นายจำรูญ บุญขันธุ์
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหมู่ ๑๐ บ้านดงแม่บางเมือง ตำบลตาสัง
อำเภอบรรพตพิสัย

ที่ ศส ๒๐๑๕/๒/๑๙๕



หลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อาคารเรียนรวม โถงบี ชั้น 5 ห้อง 8 504 เลขที่ 79 หมู่ 1 ตำบลลำโพ อำเภอนัวน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทร: 035 - 248 - 000 ต่อ 8202, 8203 Fax: 035 - 248 - 000 ต่อ 8203 Website : gps@mcu.ac.th E-mail : gps@mcu.ac.th

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ที่ให้มีมติเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน นางสรวิศญา อู่กุ่ม
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นางสรวิศญา นามสกุล พรหมกัป รหัสประจำตัวนิสิต ๒๐๑๑๑๕๐๑๓ นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของภาคการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ดังกล่าว

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีความจำเป็นต่อเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้มีมติดำเนินการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะประกอบขึ้นทางวิชาการต่อไป หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ผู้ประสานงาน: นางสรวิศญา พรหมกัป
โทรศัพท์: ๐๓๖-๐๒๕-๗๕๖๓๕

ที่ ศส ๒๐๑๕/๒/๑๙๕



หลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อาคารเรียนรวม โถงบี ชั้น 5 ห้อง 8 504 เลขที่ 79 หมู่ 1 ตำบลลำโพ อำเภอนัวน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทร: 035 - 248 - 000 ต่อ 8202, 8203 Fax: 035 - 248 - 000 ต่อ 8203 Website : gps@mcu.ac.th E-mail : gps@mcu.ac.th

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ที่ให้มีมติเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน นายณัฏฐ วัฒนะ
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นางรัตติยา นามสกุล พรหมกัป รหัสประจำตัวนิสิต ๒๐๑๑๑๕๐๑๓ นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของภาคการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ดังกล่าว

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีความจำเป็นต่อเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้มีมติดำเนินการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะประกอบขึ้นทางวิชาการต่อไป หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ผู้ประสานงาน: นางรัตติยา พรหมกัป
โทรศัพท์: ๐๓๖-๐๒๕-๗๕๖๓๕

ที่ ศส ๒๐๑๕/๒/๑๙๕



หลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อาคารเรียนรวม โถงบี ชั้น 5 ห้อง 8 504 เลขที่ 79 หมู่ 1 ตำบลลำโพ อำเภอนัวน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทร: 035 - 248 - 000 ต่อ 8202, 8203 Fax: 035 - 248 - 000 ต่อ 8203 Website : gps@mcu.ac.th E-mail : gps@mcu.ac.th

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ที่ให้มีมติเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน นายจำเริญ บุญจันทร์
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นางรัตติยา นามสกุล พรหมกัป รหัสประจำตัวนิสิต ๒๐๑๑๑๕๐๑๓ นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของภาคการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ดังกล่าว

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีความจำเป็นต่อเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้มีมติดำเนินการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะประกอบขึ้นทางวิชาการต่อไป หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ผู้ประสานงาน: นางรัตติยา พรหมกัป
โทรศัพท์: ๐๓๖-๐๒๕-๗๕๖๓๕

ภาคผนวก ณ.

แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัยแบบกึ่งโครงสร้าง



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์



ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์ เวลา.....น.

ชื่อ นามสกุล.....

อายุ.....ปี ตำแหน่ง.....

ตอนที่ ๒ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

๒.๑ ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)

ท่านคิดว่าชุมชนเปิดโอกาส และสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๒.๒ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ท่านคิดว่าชุมชนมีการจัดการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สถานที่ และสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น อย่างไรบ้าง

๒.๓ ด้านการตลาด (Marketing)

ท่านคิดว่าชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนให้ผู้ที่สนใจมาท่องเที่ยวในชุมชน อย่างไรบ้าง

๒.๔ การบริหารจัดการ (Management)

ท่านคิดว่าในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตั้งเป้าหมายบนพื้นฐานของความสำเร็จอย่างไรบ้าง

๒.๕ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ท่านคิดว่าชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม การแลกเปลี่ยนความรู้ อย่างไรบ้าง

๒.๖ ท่านคิดว่าหากคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรักในชุมชน ทำงานด้วยความพากเพียร ทุ่มเท เอาใจใส่ด้วยการทิดินจ ทิศเราะห์ จะส่งผลดี และผลเสียอย่างไรต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในชุมชน

๒.๗ ท่านคิดว่าหากการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในชุมชนตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรักในชุมชน ทำงานด้วยความพากเพียร ทุ่มเท เอาใจใส่ด้วยการทิดินจ จะส่งผลดี และผลเสียอย่างไรต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในชุมชน

๒.๘ ท่านคิดว่าหากการจัดการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สถานที่ และสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวของชุมชนจะส่งผลดี และผลเสียอย่างไรต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในชุมชน

ภาคผนวก ญ.

หนังสือขอเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

๑. พระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง
รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓. นางสาวทรงศรี อีสสรมาลา
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แสงทอง
อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๕. นายพิทักษ์ ตั้งแต่ง
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง
๖. นายชัยรัตน์ พิภู่
ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครสวรรค์
๗. นางสุภาพร แดงนารา
นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและร้านอาหารจังหวัดนครสวรรค์
๘. นายอาทิตย์ นิมา
นักถ่ายภาพพัฒนาเมืองนครสวรรค์

ภาคผนวก ก.
รายงานผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ



รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)
เรื่อง “ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์”

วันพุธที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒ เวลา ๐๙.๓๐-๑๓.๓๐ น.

ห้องประชุมสำนักงานวิทยาเขตนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์

ที่	ชื่อ-ฉายา/นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น	หมายเหตุ
๑	พระราชรัตนเวที, ผศ. ดร.	ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์		
๒	รศ.ดร.สุชาติ แสงทอง	อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์		
๓	ผศ.ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง	รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย		
๔	นายพิทักษ์ ตั้งแต่ง	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์		
๕	นางสุภาพร แดงนารา	นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและร้านอาหารจังหวัดนครสวรรค์		
๖	นายชัยรัตน์ พิภู่	ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครสวรรค์		
๗	นางสาวทรงศรี อีสสรมาลา	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์		
๘	นายอาทิตย์ นิมา	นักถ่ายภาพพัฒนาเมือง		

ภาคผนวก ก.

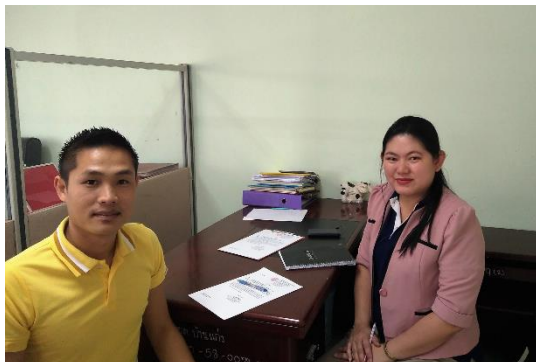
ประเด็นในการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ตัวแบบจำลองที่ได้จากผลการวิจัยเชิงเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำไปสู่ “ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ท่านคิดว่า

๑. มีความครบถ้วน และเหมาะสมมากน้อยเพียงใด
๒. มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด
๓. ควรมีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
๔. มีข้อเสนอเพื่อการพัฒนา ต่อยอดอย่างไร

ภาคผนวก รฐ.

ภาพประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview)



สัมภาษณ์ว่าที่ร้อยตรีสุรียา สระทองอาด
ผู้ช่วยนิติกร องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง
อำเภอเมืองนครสวรรค์ (๑ เมษายน ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายรัฐพล จุระพันธ์
นายอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์
(๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายณรงค์ ภัคดีสุข
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ
อำเภอตากาลี (๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายบุญธรรม แก้วเกต
ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตาสัง
อำเภอบรรพตพิสัย (๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายเฉลิม ทองแพง
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๒ บ้านวังหอยก ตำบลบ้านแก่ง
อำเภอเมืองนครสวรรค์ (๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางสาวน้ำอ้อย มีพันธ์
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๔ บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่า
ไม้ อำเภอชุมแสง (๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์ว่าที่ร้อยตรีอำนาจ เอี่ยมสุภา
กำนันตำบลสุขสำราญ อำเภอตากฟ้า
(๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายณรงค์ พันธุ์เขียน
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๑๐ บ้านดงแม่ยางเมือง ตำบลตาสั้ง
อำเภอบรรพตพิสัย (๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางสาวปภาวี พงษ์จตุรา
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครสวรรค์
(๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางสาวกัลยา โตประเสริฐ
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า
(๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางชนันษา เกิดปาน
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชุมแสง
(๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางสาวพัฒนศิริ จันทระโชติ
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตากฟ้า
(๒๙ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายยอด จินศิริวานิชย์
ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ยงสุวัฒน์ไบโอ เทค จำกัด
(๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางวันเพ็ญ เทียนประเสริฐ
ประธานศูนย์วัฒนธรรมไทดำบ้านวังหยวก
ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์
(๒๘ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายธนโชติ จันทรดวง
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองบัว
(๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายสรสิทธิ์ อินทร
สมาชิกสมาคมรักษ์ดงแม่ปางเมือง
ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย
(๓ มีนาคม ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายจنگล บุญยา
ประชาชนบ้านซำตะเคียน ตำบลสุขสำราญ
อำเภอตากฟ้า (๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางบุญสม ภิมรัมย์ราช
ผู้ประกอบการ และผู้สัทธิการปกตลของหมู่ ๑๔
บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
(๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์พระครูนิฐาจารย์วัฒน์
เจ้าคณะตำบลตาซัด เจ้าอาวาสวัดสังขวิจิตร
ตำบลตาซัด อำเภอบรรพตพิสัย
(๑ เมษายน ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นางสาวนาฏนวรรษ์ ปาณะวิษุณันท์
นักท่องเที่ยวยที่มาท่องเที่ยว หมู่ ๑๔
บ้านท่าเตียนสามัคคี ตำบลท่าไม้ อำเภอชุมแสง
(๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒)



สัมภาษณ์นายจำรูญ บุญจันทร์
นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหมู่ ๑๐
บ้านดงแม่นางเมือง ตำบลตาสั้ง อำเภอบรรพตพิสัย
(๑ เมษายน ๒๕๖๒)

ภาคผนวก ข.

ภาพประกอบการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)



สนทนากลุ่มพระราชรัตนเวที, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตนครสวรรค์ (๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ สุขเหลือ
รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มนางสาวทรงศรี อิศรมาลา
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงาน
พัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มรองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แสงทอง
อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มนายพิทักษ์ ตั้งแตง
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มนายชัยรัตน์ พิภฏ
ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานนครสวรรค์
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มนางสุภาพร แต่งนารา
นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวการโรงแรมและ
ร้านอาหารจังหวัดนครสวรรค์
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



สนทนากลุ่มนายอาทิตย์ นิมา
นักถ่ายภาพพัฒนาเมืองนครสวรรค์
(๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒)



ภาพบรรยากาศโดยรวมของการสนทนากลุ่มเฉพาะ

ณ ห้องประชุมสำนักงานวิทยาเขตนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตนครสวรรค์ วันพุธที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒ เวลา ๐๙.๓๐ น.

ประวัติผู้วิจัย



- ชื่อ ฉายา/นามสกุล : นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ
- วัน เดือน ปีเกิด : ๘ พฤษภาคม ๒๕๒๔
- ภูมิลำเนาที่เกิด : จังหวัดชลบุรี
- การศึกษา : - ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ประสบการณ์การทำงาน : - ๒๕๔๕-๒๕๔๗ เจ้าพนักงานประกันสังคม
สำนักงานประกันสังคมจังหวัดชลบุรี
- ๒๕๔๘ เลขานุการ กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เฉินเจียนวันเจริญ จำกัด
- ๒๕๔๙-๒๕๕๐ หัวหน้าฝ่ายสำนักงาน
บริษัท เคซีทีวี (นครสวรรค์) จำกัด
- ๒๕๕๑-๒๕๕๓ นักวิชาการประกันสังคม
สำนักงานประกันสังคมจังหวัดชลบุรี
- ๒๕๕๓-๒๕๕๘ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- ๒๕๕๘-ปัจจุบัน ผู้ช่วยนักวิจัย
- ผลงานทางวิชาการ : **งานวิจัย**
พระครูนิวาสิตขันธ์ ฐิตวฑฒโน. อัครเดช พรหมกัลป์. รัตติยา พรหมกัลป์. “การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตามแนวพระราชดำริในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่วงก์”. รายงานวิจัย. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.): มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๙.

พระครูนิวริฐศีลขันธ ฐิตวฑฒโน. รัตติยา พรหมกัลป์. ภาวินี บุญจันดา. ศศิพิชญ์นาถ์ ดีสิงห์ และดิเรก ด้วงลอย. “ธรรมปฏิบัติกับการพัฒนาสังคมเชิงพุทธบูรณาการเพื่อความพอเพียงภายใต้ การขับเคลื่อนตามแนวพระราชรัฐ”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.): มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐.

พระครูนิวริฐศีลขันธ ฐิตวฑฒโน. อาภรณ์รัตน์ เลิศไผ่รอด. อัครเดช พรหมกัลป์. รัชพล ยรรยง. รัตติยา พรหมกัลป์. “วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถีพุทธกับการเสริมสร้างความมั่นคงทางครอบครัวพอ-แม่มือใหม่”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.): มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐.

อัครเดช พรหมกัลป์. รัตติยา พรหมกัลป์, อมราวดี ชนะศักดิ์. ชฎาภัทร เปี่ยมอินทร์ และพระครูนิวริฐศีลขันธ ฐิตวฑฒโน. “ต้นน้ำเจ้าพระยากับการพัฒนาสู่เศรษฐกิจฐานรากทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.): มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๑.

บทความวิจัย

พระครูนิวริฐศีลขันธ, อัครเดช พรหมกัลป์, รัตติยา พรหมกัลป์. “การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตามแนวพระราชดำริในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่วงก์”. **รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๒**. ณ วิทยาลัยสงฆ์นานาชาติพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดน่าน ๙ กันยายน ๒๕๖๑.

รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกิดวิชัย. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**. ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒).

รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกิดวิชัย.

“ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองการจัดการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด
นครสวรรค์”. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. ปีที่
๒๕ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๒).

บทความวิชาการ

รัตติยา พรหมกัลป์. “เกษตรวิถีกับการบริหารจัดการตามแนวคิด
Lean Thinking” วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ปีที่ ๗
ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑).

รัตติยา พรหมกัลป์. “ทุนท้องถิ่นกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
ทางการท่องเที่ยวต้นน้ำเจ้าพระยา”. รายงานการ
ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๑. ณ วิทยาลัย
สงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี วัดไร่ขิง พระอาราม
หลวง จังหวัดนครปฐม ๙-๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๑.

รัตติยา พรหมกัลป์. “เทคนิคการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน”
วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑
(มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๑).

รัตติยา พรหมกัลป์. “ประเพณีจับข้อมือสาว: กุศโลบายในการ
เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนคนไทยเชื้อสาย
มอญ”. วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม, ปีที่ ๖ ฉบับ
ที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒).

ปีที่เข้าศึกษา : ๒๕๖๐

ปีที่สำเร็จการศึกษา : ๒๕๖๓

ที่อยู่ปัจจุบัน : ๗๐๙/๑๗๕ ตำบลหนองปลิง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัด
นครสวรรค์