



เลขที่

สวจ.01

แบบเสนอโครงการวิจัย ประจำปี 2563

ชื่อโครงการ การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

The potential of Tourism Destinations to Develop Creative Tourism Routes,

Wat Nong Muang Community, Nong Klap Subdistrict, Nong Bua District, Nakhon

Sawan Province.

หน่วยงาน คณะบริหารและการจัดการ หลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

1. ลักษณะโครงการวิจัย

☒ โครงการวิจัยใหม่☐ โครงการวิจัยต่อเนื่องระยะเวลา ปี ปีนี้เป็นปีที่ รหัสโครงการวิจัย

ความสอดคล้องของโครงการวิจัย

1) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

งานวิจัยเล่มนี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในหัวข้อ 3.2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ ซึ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนี่ยังสามารถพัฒนากลุ่มคริสต์เตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม

2) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560 – 2564)

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๔ : ส่งเสริมกลไกและกิจกรรมการนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยความร่วมมือของ ภาคส่วนต่าง ๆ โดยมุ่งเน้น

ให้อุตสาหกรรม/พาณิชย์ สังคม/ชุมชน วิชาการ และนโยบาย ใช้ประโยชน์ จากกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม และตรงตามความต้องการที่สอดคล้องกับ แนวทางการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ : ส่งเสริมการถ่ายทอดและขยายผลการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ นวัตกรรม และ เทคโนโลยีจากงานวิจัยอย่างทั่วถึงด้านอุตสาหกรรม/พาณิชย์ สังคม/ชุมชน วิชาการ และนโยบาย

3) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสนองตอบต่อ ประเด็นเร่งด่วนตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาประเทศ และภารกิจของหน่วยงาน โดยรัฐลงทุนเพื่อการวิจัย และพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างสังคมวิจัยในระดับท้องถิ่นและชุมชนที่มีศักยภาพเข้มแข็งในการวิจัย และพัฒนา เพื่อยกระดับการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในพื้นที่

4) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) กลยุทธ์ที่ 1 สินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวโดดเด่นเป็นที่ต้องการ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ เหมาะสม กับอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความสมดุลอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสินค้าและ บริการทาง การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว โดยยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของ พื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ใหม่ ๆ สอดคล้องกับบริบทในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว

ผลงานของโครงการนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เชิงนโยบาย (ระบุ)
- ☐ เชิงพาณิชย์ (ระบุ)
- ☒ เชิงวิชาการ (ระบุ)
- ☐ เชิงพื้นที่ (ระบุ)
- ☐ เชิงสาธารณะ/สังคม (ระบุ)
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

- 1) ผู้รับผิดชอบ (คณะผู้วิจัย บทบาทของนักวิจัยแต่ละคนในการทำวิจัย และสัดส่วนที่ทำการวิจัย (%))

รายละเอียดของหัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล อาจารย์อัญญ์สุชา ทองลา

Miss Ansucha Tongla

สถานที่ทำงาน คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ หลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ / E-mail Address kung_skyclub@hotmail.co.th

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ พัฒนาและออกแบบงานวิจัย ดำเนินการวิจัย ทบทวน

วรรณกรรม สร้างเครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย ปีการศึกษา 1/2563 ระหว่างเดือน มิถุนายน- ตุลาคม 2563

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (100 %)

- 2) ประเภทการวิจัย

- การวิจัยเชิงสำรวจ

- 3) สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย

- หลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

- 4) คำหลัก (Keyword) ของโครงการวิจัย

- การประเมินศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางท่องเที่ยว ชุมชนวัดหนองม่วง

- 5) ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

สภาพการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTCC) รายงานถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในปี 2016-2026 ไว้ว่า จีดีพีภาคการท่องเที่ยวจะเติบโตเฉลี่ย 4% ต่อปี โดยในปี 2026 การท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งหมด 370 ล้านตำแหน่งงานทั่วโลก เอเชียจะมีการเติบโตของจีดีพีภาคการท่องเที่ยวมากที่สุด 7.1% ส่วนประเทศไทยคาดการณ์ว่าในปี 2026 จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ของโลก สูงกว่าประเทศจีนและสเปน สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ ช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก และรายได้กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพและช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปโดยจะชื่นชอบการเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตัวเองเพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ที่เดินทางไปเยือนโดยมีคนในพื้นที่นั้นๆเป็นคนมอบทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง (เปรมฤดี, 2558) ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะ

เน้นการมีส่วนร่วมและเปลี่ยนความรู้ทักษะและประสบการณ์ผ่านเจ้าของพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือน (Richards ,2010)

จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่มีประวัติอย่างยาวนานโดยเฉพาะอำเภอหนองบัวที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายและมีเอกลักษณ์ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ล้วนมีความสำคัญต่อคนในพื้นที่ทุกคน จากการสำรวจพื้นที่อำเภอหนองบัว เบื้องต้น ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ชุมชนวัดหนองม่วงยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปมากนักทั้งที่เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ที่3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในหัวข้อ 3.2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ ซึ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์ ประการแรกเพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนวัดหนองม่วง ประการที่สองเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนวัดหนองม่วง เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

6) วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน วัดหนองม่วง ต.หนองกลับ อ.หนองบัว จ.นครสวรรค์
2. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนวัดหนองม่วง ต.หนองกลับ อ.หนองบัว จ.นครสวรรค์
3. เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ ชุมชนวัดหนองม่วง ต.หนองกลับ อ.หนองบัว จ.นครสวรรค์

7) ขอบเขตของโครงการวิจัย

7.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

7.2 ขอบเขตด้านเวลา

ปีการศึกษา 1/2563 ระหว่างเดือน มิถุนายน- ตุลาคม 2563

7.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ข้อมูลทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎี โครงสร้าง หรือองค์ประกอบ แนวคิดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว แนวคิดการจัดเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว จากงานวิจัย บทความหรือ กรณีศึกษา จากทั้งในและต่างประเทศ

7.4 ขอบเขตด้านประชากร

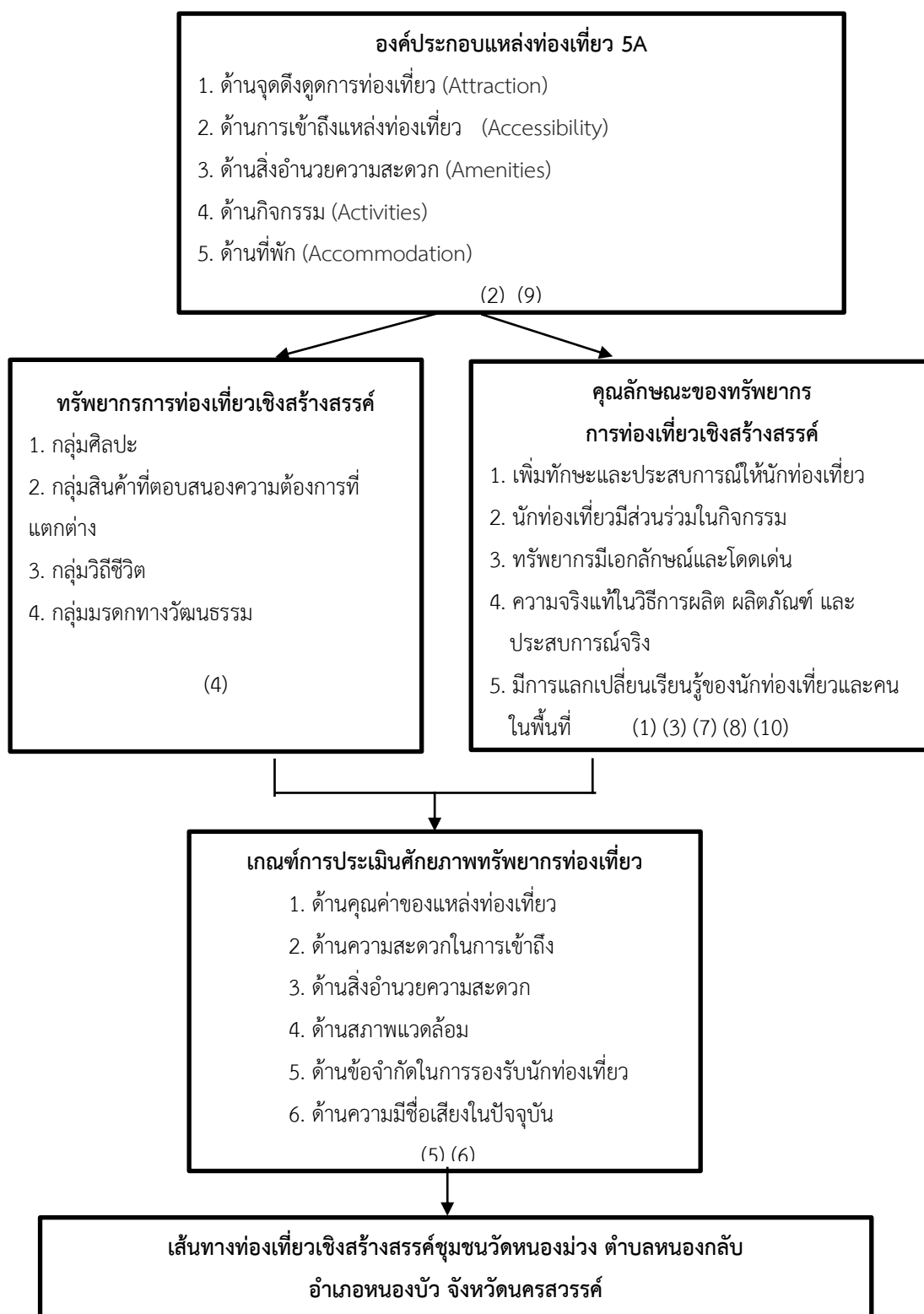
- กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น มีวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ มีความรู้ มีประสบการณ์ในเรื่องวิจัย จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกลับ และนายกเทศบาลอำเภอนองบัว

2. คนในพื้นที่ และตัวแทนที่เกี่ยวข้องโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ในพื้นที่และมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับพื้นที่ที่มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเช่น ผู้นำชุมชน กลุ่มเยาวชน ประชาชนชาวบ้าน ฯลฯ

3. นักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานและนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบเข้า-เย็นกลับ (excursionist) ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของชุมชนวัดหนองม่วง

8) กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ที่มา : 1. สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2554) 2. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) 3. ภัยมณี แก้วสง่า และคณะ (2555)
 4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) 5. สกฤ จรียาแจ่มสิทธิ์ และ กวิน วงศ์ลิตี (2555) 6. บุปผา วงษ์พันธ์ทา (2544)
 7. Richards (2010) 8. Raymond Crispin (2003) 9. Dickman (1996) 10. ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิต และคณะ (2553)

9) การทบทวนวรรณกรรม

9.1 แนวคิดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

Dickman ,1996 และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2548 กล่าวว่าปัจจัย 5A เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเอาแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A มาใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศักยภาพและเสนอแนะแนวทางการพัฒนา ดังต่อไปนี้

1. ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) ถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆทั้งที่เป็นทรัพยากรที่มีความผูกพันกับคนในพื้นที่ที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น บรรยากาศ ทิวทัศน์ ภูเขา ป่าสน ป่าต้นน้ำ เทศกาลงานประเพณี วิถีชีวิต รวมทั้งโบราณวัตถุ โบราณสถาน ต่างๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์

2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility) เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่งซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการส่งคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง รวมทั้งป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนและถูกต้องและมีเส้นทางที่เชื่อมต่อยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenity) คือสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า การติดต่อสื่อสาร ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องสุขา ถึงขยะ ที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน

4. ด้านกิจกรรมต่าง ๆ (Activity) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมและมีความน่าสนใจพร้อมทั้งได้รับความรู้และประสบการณ์มากขึ้น และกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและปลอดภัย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย ปั่นจักรยาน เรียนรู้วิถีชีวิตชาวชาวเผ่าต่างๆ การทอผ้า การจักสาน ฯลฯ

5. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและ การบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ โฮมสเตย์ ฯลฯ

9.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richard (2008) อ้างถึงใน ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิดและคณะ, (2553) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมุมของการผลิตและการบริโภค ว่าความต้องการในการผลิตสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเปลี่ยนไปสู่สถานที่ที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมหรือเป็นที่รู้จักมากนักและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ส่วนในมุมของการบริโภคพบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจในความเป็นชนบท วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มหรือวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวตามจุดหมายปลายทางต่างๆ

นอกจากนี้ Greg Richard นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้กล่าวถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้งานประชุมนานาชาติด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2nd International Conference on Creative Tourism) ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ปี พ.ศ.2555 โดยระบุว่า การท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนารูปแบบเป็น 4 ระยะ จากอดีตถึงปัจจุบันและอนาคต ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเฉพาะเมืองใหญ่ (Grand Tour) เป็นการท่องเที่ยวแบบผิวเผินเน้นการถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกับสถานที่สำคัญต่างๆ ของเมือง

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) คือ นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจและเข้าใจความเป็นท้องถิ่นมากกว่าการสนใจแค่สิ่งปลูกสร้าง

3) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) การท่องเที่ยวที่เริ่มเจาะลึกเข้าถึงความเป็นตัวตนของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการลงมือปฏิบัติและคลุกคลีผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยนานกว่ากลุ่มอื่นเนื่องจากต้องใช้เวลาในการเรียนรู้มากขึ้น

4) การท่องเที่ยวเชิงสัมพันธ์ (Relational Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่รู้สึกว่าจะไปเที่ยวแต่เหมือนไปเยี่ยมเยียนบ้านญาติ และใช้เวลาอยู่นานขึ้น

จากการกล่าวของ Greg Richard ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เริ่มเจาะลึกเข้าถึงความเป็นตัวตนของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการลงมือปฏิบัติและคลุกคลีผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้นสอดคล้องกับ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ (2553) ที่ระบุว่าปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต และได้รับประสบการณ์ตรงจากคนในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปอย่างลึกซึ้งและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับสถานที่นั้นๆ ไม่ใช่การท่องเที่ยวแบบผิวเผินที่เที่ยวชมหรือถ่ายรูปตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้กล่าวว่าการแสวงหาวิถีชีวิต รวมถึงการกำหนดนโยบายสาธารณะ และการเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมกับพฤติกรรม การท่องเที่ยว ก็เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวโน้มใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งได้เปิดโอกาสให้ผู้คนที่ต่างวัฒนธรรม ต่างถิ่นได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน เป็นการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน โดยผ่านประสบการณ์ตรงในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ทำร่วมกัน กำหนดคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1. สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาทักษะด้านการสร้างสรรค์ของตนเองจากการมีส่วนร่วมร่วมกับเจ้าของพื้นที่ (Co-creating Tourism Experience) อาทิเช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารีประเทศนิวซีแลนด์จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารของเมืองบาร์เซโลนาประเทศสเปนนักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหาร (Richards, 2010) และรูปแบบการท่องเที่ยวจะมีสินค้าหลักคือทักษะและประสบการณ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วม (Hands-on Experience) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมและลงมือปฏิบัติด้วยตนเองมากกว่าเป็นผู้ชม (More Participate than Observe)

2. นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม คือ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วยความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง (Understanding of the Specific Cultural of the Place) ดังตัวอย่างในต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ อาทิการแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้ และการทำอาหาร (Richards, 2010) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใดโดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ เป็นต้น

3. ทรัพยากรมีเอกลักษณ์และโดดเด่น คือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นจะต้องมีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆหรือสถานที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor-made Approaches) ที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆที่มีความสนใจในกิจกรรมประเภทเดียวกันและต้องการประสบการณ์แปลกใหม่และแตกต่างกัน (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555) อาทิเช่น เมืองบาร์เซโลนาประเทศสเปนมีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมืองจึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหารวิธีการปรุงอาหารทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว (Richards, 2010) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

4. ความจริงแท้ในวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์และประสบการณ์จริง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นความจริงแท้ทั้งในด้านวิธีการผลิตและผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์จริง (Authentic both

process and product / genuine experience) คือ มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม เป็นผลิตภัณฑ์หรือวัสดุจากท้องถิ่นและถูกสอนหรือถ่ายทอดโดยคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ กิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหรือลงมือปฏิบัติภายในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความดั้งเดิมของพื้นที่ทั้งวัสดุอุปกรณ์ วิธีทำ และถูกถ่ายทอดโดยผู้รู้ ปราชญ์ หรือคนในพื้นที่ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555) อาทิเช่น เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguiole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศสเป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น (Richards, 2010)

5. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวันเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นและก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Engagement) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each Engaging the Other) อันเนื่องมาจากการร่วมทำกิจกรรม ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันโดยจะเน้นวัฒนธรรมประจำวันซึ่งเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ ฯลฯ (Richards, 2010) ซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างความจดจำประทับใจและเข้าใจ (Memorable, I do and I understand) วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันหรือการส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information and Transformative Experiences) ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่อีกด้วย (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555)

จากคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเห็นได้ว่าทรัพยากรทางการท่องเที่ยว นั้นได้เปลี่ยนจากทรัพยากรที่เป็นวัฒนธรรมทั่วไปกลับมาสู่วัฒนธรรมในรูปแบบของวิถีชีวิต และชีวิตประจำวันมากขึ้นจะเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ได้แบ่งหมวดหมู่สินค้าและบริการในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทยมีลักษณะพิเศษ คือเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ที่สะท้อนความเป็นไทยอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 5)

1. กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

1.1) กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น พิธีกรรม ความเชื่อ เทศกาล แล ะงานประเพณี ต่างๆ

1.2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์

2. กลุ่มวิถีชีวิต (Lifestyles) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตหรือวิถีชีวิต การประกอบอาชีพของคนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง เฉพาะกลุ่มของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

2.1) วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่าแก่นาน และย่านเมืองเก่าแปดริ้ว

2.2) วิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านข้างตากกลาง อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม การเลี้ยงนกเขา อ.จะนะ จ.สงขลา การทำนา การทอผ้า และการทำเครื่องปั้นดินเผา

3. กลุ่มศิลปะ (Arts) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

3.1) งานศิลปะ (Visual arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ

3.2) ศิลปะการแสดง (Performing arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ และการแสดงละคร

4. กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional Creation) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยมีการจัดการไว้ล่วงหน้า มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีการฝึกปฏิบัติ (Workshop) เช่น การฝึกสมาธิ การเรียนทำอาหารไทย, การเรียนมวยไทย และ การเรียนนวดแผนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made) เป็นการจำลองแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวผนวกกับทุนทางวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

9.3 แนวคิดการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548) และวิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) อ้างในบุปผา วงษ์พันธ์ท่า (2544) เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา และกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ และวิถีชีวิต

2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลากจากตัวเมืองไปแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบันได้แก่ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

9.4 แนวคิดการจัดเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548: 164-165) ได้อธิบายถึงแผนจัดนำเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว ควรจะเน้นปัจจัยเหล่านี้ 1.เส้นทางการท่องเที่ยวต้องเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในขณะนั้น ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 2.เส้นทางการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐานเทียบเท่ากับสถานที่อื่นๆ 3.เส้นทางการท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดกับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย และทุกกลุ่มรายได้ และต้องค้นหากับจุดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 4.เส้นทางการท่องเที่ยวต้องมีระยะทางที่ไกลพอสมควร มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว 5.เส้นทางการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงอากาศที่ดี ปลอดภัยตลอดเวลา เส้นทางการท่องเที่ยวหมายถึง ถนน แม่น้ำ ลำคลอง ทางเท้าที่ใช้เป็นทางสัญจรของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นระบบโครงข่ายที่ใช้ เชื่อมส่วนต่าง ๆ ของเมืองเข้าไว้ด้วยกัน มีเส้นทางสายหลักและเส้นทางสายรอง โดยเส้นทางดังกล่าวต้องทำขึ้นมาอย่างชัดเจนเพียงพอให้ นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยี่ยมเยือนหรือผู้อยู่อาศัยในเมือง สามารถเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญของเมืองได้ เส้นทางท่องเที่ยว (Tourism Route) เป็นแนวทางการสัญจรที่กำหนดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถพบเห็นหรือเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางที่จัดทำขึ้น ซึ่งเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นการใช้เส้นทางร่วมกับเส้นทางสัญจรปกติของคนท้องถิ่น หรืออาจเป็นการกำหนดเส้นทางขึ้นมาใหม่เฉพาะเป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวก็ได้ (1) การพิจารณา กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจะต้องสำรวจ สังเกตการณ์จากพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มที่ควรจะเป็นในการจัดเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งควรเริ่มต้นจากการพิจารณาดำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ แล้วจัดลำดับความสำคัญและความน่าสนใจ จากนั้นจึงพิจารณาความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกันได้อย่างไรบ้าง (2) การจัดเส้นทางในลักษณะวงจรจบ เส้นทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะจัดในลักษณะที่เป็นการ สัญจรระบบวงจรจบ เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลินไปตลอดเส้นทาง โดยไม่ต้องย้อนกลับเส้นทางเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจเกิดความรู้สึกเบื่อและเสียเวลา

10) การสืบค้นจากฐานข้อมูลสิทธิบัตร

11) เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

บุปผา วงษ์พันธ์ทา. (2544). การประเมินศักยภาพพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ศบ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ และ กวิน วงศ์ลิตี. (2555). การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในประเทศไทย: กรณีศึกษาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2554). ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. รายงานการวิจัยงบประมาณอุดหนุนการวิจัยโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2554). โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Model). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ. (2553). ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย.

ภัณณิ แก้วสง่า และคณะ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย.

Dickman, S. 1996. Tourism: An Introductory Text, 2nd ed., Australia: Hodder Education

Greg Richards. (2010). Tourism Development Trajectories from Cultural to Creative?

Raymond Crispin. (2003). CREATIVE TOURISM NEW ZEALAND.

Richards, G. (2010). Creativity and tourism: The state of the art. Annals of Tourism Research, 1239 –1240.

12) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน

1.1 คนในพื้นที่ได้ฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในพื้นที่ชุมชนวัดหนองม่วง

1.2 คนในพื้นที่ได้เส้นทางและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและเพื่อนำไปประยุกต์ใช้และเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นๆได้นำไปใช้

1.3 ชุมชนสามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงของชุมชนวัดหนองม่วง

2. ประโยชน์ต่อหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย

2.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับพื้นที่อื่นๆได้

2.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ ในการกำหนดกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ วางแผนและนโยบาย ของหน่วยงาน เพื่อเป็นการอนุรักษ์ พัฒนาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ให้มีความยั่งยืนสืบไปภายใต้การมีส่วนร่วมของ สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว, องค์การบริหารส่วนจังหวัด, องค์การบริหารส่วนตำบล, เทศบาล ภายในจังหวัดนครสวรรค์หรือพื้นที่ใกล้เคียง

2.3 หน่วยงานภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการ กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ วางแผนในการประกอบธุรกิจเพื่อพัฒนาและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

2.4 รัฐบาลสามารถนำผลงานวิจัยไปเป็นต้นแบบในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างจริงจังเพื่อเป็นการเผยแพร่และสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว

3. ประโยชน์ทางวิชาการ

3.1 การได้มาซึ่งองค์ความรู้ ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางหรือประยุกต์ใช้กับพื้นที่ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน

3.2 ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงลึกของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนวัดหนองม่วง ถูกเก็บรวบรวมในงานวิจัยชิ้นนี้ นักวิชาการ หรือบุคคลที่สนใจ สามารถใช้เป็นต้นแบบหรือต่อยอดงานวิจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดอื่น ๆ รวมถึงใช้ในการขยายผลในการศึกษาที่เกี่ยวข้องครั้งต่อไปได้

13) แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

14) วิธีการดำเนินการวิจัย

14.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม วิถีชีวิต หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และตัวแทนคนในพื้นที่ ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับพื้นที่อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพราะมีจำนวนน้อย ราย และมีหน้าที่เกี่ยวข้อง กับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ คือ

1. การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์	1	คน
2. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกลับ	1	คน
3. นายกเทศบาลอำเภอหนองบัว	1	คน
รวม	3	คน

2. ตัวแทนคนในพื้นที่ คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็น บุคคลและหน่วยงานที่ใกล้ชิด และมีหน้าที่รับผิดชอบ มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวใน พื้นที่อำเภอหนองบัวเป็นอย่างดี ได้แก่

1. กลุ่มประชาชนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ ดังนี้	
1.1 ผู้บริหารท้องถิ่น คือ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกอบ.ต.	5 คน
1.2 ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน กลุ่มเยาวชน	7 คน
1.3 ประชาชนในท้องถิ่น	5 คน
รวม	17 คน

14.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure Interview)

1. เครื่องมือเชิงคุณภาพที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมี โครงสร้าง (Semi-Structured Questionnaire) และแบบสังเกตการณ์ ซึ่งผู้วิจัย ได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัจจัยอื่นๆเพื่อนำมาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยซึ่งมีลักษณะดังนี้

แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการ สัมภาษณ์ เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กับบุคคลที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์กึ่งมี โครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

1. วิธีการสัมภาษณ์ เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งใช้กับหน่วยงาน ภาครัฐที่มีหน้าที่และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครสวรรค์

นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกลับ และนายกเทศบาลอำเภอหนองบัว รวม 3 คนเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

2. วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งใช้สำหรับตัวแทนคนในพื้นที่ (Key person) ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ คือ ผู้บริหารท้องถิ่น ปราชญ์ ผู้นำชุมชน เยาวชนชาวบ้าน คณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชนวัดหนองม่วง รวม 17 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ให้มากที่สุด

การสังเกตการณ์ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เทศกาล งานประเพณี กิจกรรม วิถีชีวิตและการบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งแบบสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ที่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำของตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้วและเมื่อมีการให้ข้อมูลที่ซ้ำๆ กัน ก็จะหยุด โดยมีเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือแบบตรวจสอบทรัพยากร วารสาร บทความ แผ่นพับ และอินเทอร์เน็ต และแบบสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสำรวจและประเมินสภาพเบื้องต้นของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว

14.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประเภทของแหล่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลของ ชุมชน คือ ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ ที่ได้จากการสำรวจลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมชุมชน และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัย เอกสารวิชาการ หนังสือ ตำรา ทัวไป ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และทัวไป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม โดยได้เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจัดเก็บข้อมูล โดยจัดเตรียมตามประเด็นการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Questionnaire)

2. สมุดบันทึกและอุปกรณ์เครื่องเขียน เพื่อใช้บันทึกการสัมภาษณ์ การสนทนา และการสังเกต

3. กล้องถ่ายภาพพร้อมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการถ่ายภาพ เพื่อบันทึกการสัมภาษณ์ การสนทนา การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยบันทึกภาพปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของชุมชน

15) ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

ลำดับ	รายละเอียด	ระยะเวลา						หมายเหตุ
		พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	
1.	สำรวจพื้นที่	↔						
2.	ดำเนินการทำวิจัย	↔						
3.	สร้างและตรวจเครื่องมือวิจัย		↔					
4.	เก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (รอบ1-3)		↔					
5.	เก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (รอบ4-7)			↔				
6.	เก็บข้อมูลแบบสอบถาม (รอบ1-5)			↔				
7.	เก็บข้อมูลแบบสอบถาม (รอบ6-10)				↔			
8.	วิเคราะห์ผล				↔			
9.	สรุปและอภิปรายผล					↔		
10.	นำเสนอผลงานวิจัย						↔	

16) งบประมาณของโครงการวิจัย

รายการ	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าตอบแทน	
1.1 ค่าตอบแทนนักวิจัย (10% ของวงเงินวิจัย ทั้งนี้ไม่เกิน 10,000 บาท)	10,000
1.2 ค่าตอบแทนผู้ช่วยนักวิจัย (2,000×5 เดือน)	10,000
1.3 ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ	5,000
2. หมวดค่าใช้สอย	
2.1 ค่าเผยแพร่ผลงานวิจัย (การประชุมสัมมนาวิชาการและการตีพิมพ์บทความทางวิชาการ)	8,000
2.2 ค่าแปลภาษาอังกฤษ	2,000
2.3 ค่าขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (3,000 บาท)	3,000
2.4 ค่าเบี้ยเลี้ยงการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ (3 คน × 120 บาท × 7วัน)	2,520
2.5 ค่าเบี้ยเลี้ยงการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม(3 คน × 120 บาท × 10วัน)	3,600
3. หมวดค่าวัสดุ	
3.1 ค่าวัสดุสำนักงานทั่วไป (หนังสือ เครื่องเขียน กระดาษ หมึกพิมพ์)	3,000
3.2 ค่าจัดทำรูปเล่มรายงานผลการวิจัย (1,000 × 3 เล่ม)	3,000
4. หมวดค่าเดินทาง	
4.1 ค่าเชื้อเพลิงยานพาหนะ (ไป-กลับ) (160 กม. × 4 บาท × 10 วัน)	6,400
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	56,520

17) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

17.1 ด้านวิชาการ การได้มาซึ่งองค์ความรู้ ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงลึกของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนวัดหนองต่างๆ ซึ่งนักวิชาการ หรือบุคคลที่สนใจ สามารถใช้เป็นต้นแบบหรือต่อยอดงานวิจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้

17.2 ด้านนโยบาย สามารถนำผลงานวิจัยไปกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ วางแผนในการประกอบธุรกิจ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ธุรกิจ หรือพัฒนาหน่วยงานต่างๆ

17.3 ด้านเศรษฐกิจ สามารถสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนซึ่งสามารถลดปัญหาการว่างงาน การย้ายถิ่น ปัญหาครอบครัว และอาชญากรรมได้

17.4 ด้านสังคม/ชุมชน คนในชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียได้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

(ลงนาม).....

หัวหน้าโครงการวิจัย

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

(ลงนาม).....

คณบดี

วันที่ เดือน.....พ.ศ.