



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง  
อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Guidelines for Creative Tourism Development: A case study of Kiriwong  
Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province

ปวีณา กายพันธ์

Paweena Kayapan

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Business Administration in Tourism Management  
Prince of Songkla University

2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์                      แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง  
อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้เขียน                                      นางสาวปวีณา กายพันธ์

สาขาวิชา                                  การจัดการการท่องเที่ยว

| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก                           | คณะกรรมการสอบ   |
|---|---|
| .....   | ..... ประธานกรรมการ                                       |
| (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท (หญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล) | (ดร.วัลลภา พัฒนา)   |
|   | ..... กรรมการ   |
|   | (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท (หญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล) |
|   | ..... กรรมการ   |
|   | (ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)                                    |

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และขอแสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท (หญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นางสาวปวีณา ภายพันธ์)

นักศึกษา

ข้าพเจ้ารับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้  
ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวปวีณา ภายพันธ์)

นักศึกษา

|                 |  |
|-----------------|--|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช |
| ผู้เขียน        | นางสาวปวีณา กายพันธ์   |
| สาขาวิชา        | การจัดการการท่องเที่ยว   |
| ปีการศึกษา      | 2557   |

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเน้นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ รายงานการประชุมวิชาการ หนังสือ บทความ เว็บไซต์ วิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเก็บจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวงแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยสุ่มแบบบังเอิญ รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จะต้องคำนึงถึง 10 องค์ประกอบ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึงพื้นที่ การสื่อความหมายรูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนา การวิเคราะห์องค์ประกอบ

|              |  |
|--------------|--|
| Thesis Title | Guidelines for Creative Tourism Development: A case study of Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province |
| Author       | Miss Paweena Kayapan   |

Major Program            Tourism Management

Academic year            2014

### ABSTRACT

This study aimed to (1) study the tourists' opinion of the creative tourism components of Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province, (2) study the creative tourism components of Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province and (3) present the guidelines for creative tourism development of Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province. The primary methodology used was documentary research. The secondary methodology used was the field research, using the quantitative data collection technique. The research instrument was 400 questionnaires were collected from the tourists who visited Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province. The exploratory factor analysis was examined to determine the number of factors and indicators.

From the study, It was found that the guidelines for creative tourism development of Kiriwong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province should focus more on 10 components which consist of area Identity, facilities, tourism benefit, accessibility, tourism interpretation, tourist perceived value, safety, tourist experiences and tourism management.

**Keyword:** Creative Tourism, Guidelines for Development, Factor Analysis

### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รท.(หญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี รวมทั้งสนับสนุนให้กำลังใจและให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและประทับใจในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง ผู้นำกลุ่มอาชีพต่างๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ให้ความร่วมมือใน การเก็บข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่เปิดโอกาสในการศึกษาแก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้พบกับประสบการณ์ที่ดีอย่างสิ้นหลาม ผู้วิจัยมีความรู้สึกปลาบปลื้มและภูมิใจในความเป็นลูกพระบิดาอย่างที่สุด

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา สมาชิกในครอบครัว ผู้ร่วมงาน รวมถึงเพื่อน ๆ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหรือองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป คุณความดีและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบแด่บุพพการี คณาจารย์ และผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกท่าน หากมีสิ่งผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ปวีณา กายพันธ์

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                             | (5)  |
| Abstract                                    | (6)  |
| กิตติกรรมประกาศ                             | (7)  |
| สารบัญ                                      | (8)  |
| รายการตาราง                                 | (10) |
| รายการภาพประกอบ                             | (16) |
| <b>บทที่ 1 บทนำ</b>                         |      |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา              | 1    |
| วัตถุประสงค์การวิจัย                        | 6    |
| สมมุติฐานการวิจัย                           | 7    |
| คำถามการวิจัย                               | 7    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                   | 7    |
| ขอบเขตของการวิจัย                           | 8    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ                             | 8    |
| ข้อจำกัดการวิจัย                            | 9    |
| <b>บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม</b>                |      |
| แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 11   |
| แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว                 | 31   |
| แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว                 | 35   |
| สถานการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช | 37   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                       | 40   |
| กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย                     | 75   |

## สารบัญ(ต่อ)

|                                 | หน้า |
|---------------------------------|------|
| <b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b> |      |
| แหล่งที่มาของข้อมูล             | 76   |

|                 |  |             |
|-----------------|--|-------------|
|                 | การกำหนดประชากร  | 76          |
|                 | ขนาดตัวอย่างและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง   | 77          |
|                 | เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย   | 77          |
|                 | การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้   | 78          |
| <b>บทที่ 4</b>  | <b>ผลการศึกษาข้อมูล</b>  |             |
|                 | ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว<br>ยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช | 81          |
|                 | ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว<br>ยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช           | 86          |
|                 | ผลการศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช           | 88          |
|                 | ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช               | 93          |
|                 | การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง<br>อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช                          | 95          |
|                 | การทดสอบสมมุติฐาน  | 116         |
| <b>บทที่ 5</b>  | <b>สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>  |             |
|                 | สรุปผลการศึกษา   | 142         |
|                 | อภิปรายผล  | 154         |
|                 | ข้อเสนอแนะจากการศึกษา  | 157         |
|                 | ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป  | 158         |
|                 | <b>บรรณานุกรม</b>  | <b>181</b>  |
|                 | <b>ภาคผนวก</b>   |             |
|                 | เครื่องมือการวิจัย   | 186         |
|                 | บริบทพื้นที่ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช  | 197         |
|                 | <b>ประวัติผู้เขียน</b>   | <b>229</b>  |
|                 | <b>รายการตาราง</b>   |             |
| <b>ตารางที่</b> |  | <b>หน้า</b> |
| 2.1             | สรุปประเด็นเปรียบเทียบค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 17          |
| 2.2             | เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว<br>เชิงสร้างสรรค์   | 20          |
| 2.3             | ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ  | 24          |
| 2.4             | ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย   | 26          |
| 2.5             | ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 48          |
| 2.6             | สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 60          |



|     |  |    |
|-----|--|----|
| 4.1 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล  | 81 |
| 4.2 | จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ ช่องทางการรับทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช | 84 |
| 4.3 | จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 85 |
| 4.4 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 88 |
| 4.5 | ปัญหา อุปสรรค ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 93 |
| 4.6 | ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 94 |
| 4.7 | ค่าไคเซอร์ เมเยอร์ ออลกิน (ค่า KMO) และค่าบาร์ทเลทของตัวแปร องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช                                     | 96 |
| 4.8 | จำนวน น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 97 |
| 4.9 | น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่                                    | 98 |

#### รายการตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.10     | น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก         | 99   |
| 4.11     | น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 99   |
| 4.12     | น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการเข้าถึงพื้นที่          | 100  |
| 4.13     | น้ำหนัก ค่าไอเคน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสื่อ                    | 100  |

ความหมาย

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 4.14 | น้ำหนัก ค่าไอเกิน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว        | 101 |
| 4.15 | น้ำหนัก ค่าไอเกิน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว      | 102 |
| 4.16 | น้ำหนัก ค่าไอเกิน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 103 |
| 4.17 | น้ำหนัก ค่าไอเกิน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 103 |
| 4.18 | น้ำหนัก ค่าไอเกิน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว  | 104 |

รายการตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.19     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช  | 105  |
| 4.20     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่(F1) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช        | 106  |
| 4.21     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(F2) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช         | 107  |
| 4.22     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว(F3) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช | 108  |
| 4.23     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านการเข้าถึงพื้นที่(F4) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช          | 109  |

|      |  |     |
|------|--|-----|
| 4.24 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการสื่อ<br>ความหมาย (F5) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอ<br>ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช           | 109 |
| 4.25 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านรูปแบบการ<br>ท่องเที่ยว (F6) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอ<br>ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช       | 110 |
| 4.26 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านคุณค่าในการ<br>ท่องเที่ยว(F7) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอ<br>ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช      | 112 |
| 4.27 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านความ<br>ปลอดภัยในการท่องเที่ยว(F8) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรี<br>วง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช | 113 |

#### สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.28     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านประสบการณ์<br>จากการท่องเที่ยว(F9) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง<br>อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช | 114  |
| 4.29     | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการบริหาร<br>จัดการท่องเที่ยว(F10) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง<br>อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช | 115  |
| 4.30     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเพศ   | 116  |
| 4.31     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช<br>จำแนกตามอายุ   | 117  |
| 4.32     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช<br>จำแนกตามสถานภาพ  | 118  |
| 4.33     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามศาสนา   | 119  |
| 4.34     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับ   | 120  |

|      |   |     |
|------|---|-----|
|      | การศึกษา  |     |
| 4.35 | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช<br>จำแนกตามสถานภาพการทำงาน      | 121 |
| 4.36 | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช<br>จำแนกตามรายได้ต่อเดือน       | 122 |
| 4.37 | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามจังหวัดที่อยู่<br>อาศัย | 123 |

#### สารบัญญัตินำ(ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.38     | แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ<br>อายุ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้และจังหวัดที่อยู่<br>อาศัย | 127  |
| 4.39     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะของ<br>การเดินทาง   | 129  |
| 4.40     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะของที่<br>พักในหมู่บ้านคีรีวง   | 130  |
| 4.41     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามจำนวนผู้ร่วม<br>เดินทาง   | 131  |
| 4.42     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามพาหนะที่ใช้ใน<br>การเดินทาง   | 132  |
| 4.43     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามเส้นทางการ<br>เดินทาง  | 133  |
| 4.44     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามจำนวนครั้งใน<br>การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง                               | 134  |
| 4.45     | การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ  | 135  |

หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามช่วงเวลา  
 เดินทาง

สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.46     | ผลสรุปการเปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทาง ที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เส้นทาง การเดินทาง จำนวนครั้ง และช่วงเวลาในการเดินทาง | 139  |
| 5.1      | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(ระดับมากที่สุด) ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช   | 142  |

## รายการภาพประกอบ

| แผนภาพที่ |  | หน้า |
|-----------|--|------|
| 2.1       | การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | 14   |
| 2.2       | คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                             | 18   |
| 2.3       | แสดงแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                            | 27   |
| 2.4       | ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์          | 29   |
| 2.5       | กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย  | 75   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสถานการณ์ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ซึ่งนับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ผลผลิตทางการเกษตรและผลิตผลทางอุตสาหกรรม ประสบปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร ขาดแคลนอาหาร ราคาน้ำมันมีราคาพุ่งสูงขึ้น หรือแม้แต่ปัญหาที่เกิดจากภัยธรรมชาติ เป็นต้น สิ่งเหล่านั้นล้วนเป็นปัญหาที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและของโลก แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับทวีบทบาทมากยิ่งขึ้น ในการนำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยดุลการค้า และดุลการชำระเงินของประเทศ ทั้งยังช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ และยังสามารถช่วยกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคอีกด้วย (กุลวดี ละม้ายจีน, 2551) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีขนาดใหญ่และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น นานาประเทศทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากและใช้กลไกการส่งเสริมหลายรูปแบบโดยมุ่งหมายที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศมากขึ้น เป็นผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่องในทุกทวีป ซึ่งส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากความเป็นโลกาภิวัตน์ การสื่อสารและการคมนาคมที่สะดวกมากขึ้น ระบบเศรษฐกิจขยายตัวและเปิดกว้างขึ้น ส่งผลให้ความต้องการในการท่องเที่ยวและพักผ่อนจึงมีมากขึ้นและในขณะเดียวกันมูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นอย่างมากด้วย ซึ่งเกิลด์เนอร์และริทชี (Goeldner & Ritchie, 2006 อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2554) ได้กล่าวไว้ว่า “ถ้าคำทำนายสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตเป็นจริง เราจะได้เห็นในอนาคตว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก สามารถเห็นได้ชัดเจนจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ โดยทุกประเทศทั่วโลกมีการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ และสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นตลอดเวลาเพื่อสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนไป เพราะนักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันสูง และการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวพันต่อเนื่องกับธุรกิจอื่นอีกหลายชนิด ดังนั้นการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะส่งผลให้ธุรกิจอื่น ๆ มีการขยายตัวตามด้วย และเมื่อรวมรายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับ

ธุรกิจเกี่ยวข้องอื่นเข้าด้วยกันแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลกในอนาคต”

แหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทยนั้นมาจากการท่องเที่ยว จากการพิจารณาสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย สรุปได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2555 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น 22.3 ล้านคน สร้างรายได้ให้กับประเทศ จำนวน 960,000 ล้านบาท ทั้งนี้การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 112 ล้านคนครั้ง (1 คนอาจเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง) สร้างรายได้ภายในประเทศ 500,000 ล้านบาท ส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยว 1.46 ล้านล้านบาท ซึ่งสูงกว่าปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

จากแนวคิด อดีตนายกรัฐมนตรีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ “ไม่อยากให้การท่องเที่ยวจมปลักกับการทำการตลาด ต่อไปนี้ต้องมุ่งเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” ที่ผ่านมามีประเทศไทยมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่เพียงในแง่เศรษฐกิจ ด้วยการหยิบยกเอาการท่องเที่ยวมาเป็นวาระแห่งชาติ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงวิกฤต ทำให้กระแสการท่องเที่ยวตื่นตัวเป็นอย่างมาก แต่ก็เพียงในแง่เศรษฐกิจเท่านั้น ผลที่ตามมาคือชุมชนขาดความพร้อมในการเข้าสู่กระแสการท่องเที่ยว ขาดการเตรียมรับมือกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาบริโภคทรัพยากรในท้องถิ่น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือ Creative Tourism สามารถบรรเทาสถานการณ์ดังกล่าวได้(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2552)

องค์การยูเนสโก (UNESCO) นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้นๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้น ชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทน อิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน” แคมป์เบลล์ (Campbell, 2010a อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชัย สวัสดิ์, 2554) ในบทความเรื่อง Creative Tourism Providing a Competitive Edge ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีใช้ของใหม่แต่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมาตั้งแต่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น และเพิ่งมีการตั้งชื่ออย่างเป็นทางการเมื่อประมาณ 10 ปีมานี้ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจมีความหมายว่า “เป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ที่อาจเป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมในช่วงวันหยุด นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค



ของตนในกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดขึ้น มีความใกล้ชิดกับคนในชุมชนหรือคนพื้นเมือง โดยการมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไม่เป็นทางการ” แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นต่อไปอย่างต่อเนื่อง และเป็นเป้าหมายทางการตลาดของการท่องเที่ยวต่อไป และเป็นการสร้างจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่จะมีการเสนอความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การฝึกโยคะในอินเดีย ชั้นเรียนการทำขนมไทย การแสดงเต้นรำในลาตินอเมริกา และการท่องเที่ยวป่าดงสัตว์ในแอฟริกา เป็นต้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 (ปี 2555-2559) ว่าด้วยการพัฒนาในมิติสังคมที่เน้นการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม การพัฒนาการศึกษาที่เชื่อมโยงไปสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้มุ่งเน้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงนับเป็นโอกาสที่จะได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553) เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดในภาคใต้ ซึ่งจะสามารถยังประโยชน์ให้กับพื้นที่ให้มีทิศทางที่ชัดเจนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจและสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชาติในระยะยาว ด้วยการกำหนดให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล ปี 2555 เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็น World Class Destination และเป็น Asian Gateway อย่างเต็มรูปแบบ (Svetasreni, 2012) การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ การตลาด การบำรุงฟื้นฟูและการนำแนวคิดใหม่ๆ มาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งรายจ่ายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศใช้จ่ายไปในกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยว สามารถสร้างงาน และสร้างรายได้ ให้แก่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างกว้างขวาง (Huang, Tsaur, & Yang, 2012; Joshi, 2012) โดยการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมและพัฒนา สร้างทางเลือกใหม่ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเพิ่มกลุ่มพื้นที่ทางเลือก และความหลากหลายในการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยสร้างลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ และเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการช่วยรักษาแหล่งท่องเที่ยวเดิม (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554)

แต่ในปัจจุบัน การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเพียงแค่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนเพียงแค่ว่า ชื่นชม ถ่ายรูป เลือกรซื้อผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนแล้วก็จากไป ขาดการเรียนรู้ซึมซับความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความพิถีพิถันเลือกจุดหมายปลายทางที่เปิดโอกาสให้ได้พบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้ซึมซับความคิด

อารมณ์ ความรู้สึกและมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ และผู้คนเจ้าของพื้นที่ เสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวจำต้องมีความแปลกเปลี่ยนไป และสร้างโจทย์ใหม่ที่ชัดเจนขึ้นในการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเฉพาะเจาะจงและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโอกาสที่จะนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาทำให้เจ้าของชุมชนและพื้นที่ท่องเที่ยวจำต้องมีความสร้างสรรค์ในการค้นหาวิธีการต่างๆในการช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเหล่านั้นมีความประทับใจ และนำประสบการณ์ดีๆที่ได้รับจากชุมชนติดตัวไปแม้ว่าจะเดินทางกลับไปแล้วก็ตามนับเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งที่จะค้นหาวิธีการสร้างมูลค่าให้สอดคล้องกับคุณค่าศิลปวัฒนธรรมและวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงมูลค่าและคุณค่านั้นๆว่ามีความแตกต่างจากสินค้าและบริการทั่วไป ดังตัวอย่างเช่นการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงเมื่อเทียบกับตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน แต่นักท่องเที่ยวจำนวนมากหลงเสน่ห์ในสภาพบ้านเมือง ศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร ตลอดจนขนบธรรมเนียมต่างๆ ใครได้ไปเยือนญี่ปุ่นควรต้องได้ลองชิมอาหารพื้นเมือง ได้ลงแช่ในบ่อน้ำร้อน ได้ชื่นชมวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นซึ่งมีเอกลักษณ์สูง สิ่งต่างๆเหล่านี้แสดงให้เห็นได้อย่างเด่นชัดถึงการให้ความสำคัญของการมีประสบการณ์ร่วมในวัฒนธรรมของสถานที่ที่ได้ไปเยือนและแสดงออกถึงความสนใจต่อเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่และชุมชนที่ในบางครั้งจับต้องไม่ได้ มากกว่าจะสนใจแต่เพียงรูปปั้น อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานที่เป็นรูปธรรมเท่านั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

ประเทศไทยเริ่มมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในหลายพื้นที่ในภาคกลาง ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นเกี่ยวกับวิถีชีวิตในอดีต ทัศนกรรม และศิลปะการแสดง รูปแบบกิจกรรมจะเป็นการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ การชมงานฝีมือ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวที่น้อย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่นส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวไม่ได้แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม นั่นคือ มีเพียงการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองไทยจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่น้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ(ภักยมณี แก้วสง่าและนิศาชล จำนงศรี , 2555)

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นเมืองใหญ่ที่สำคัญของภาคใต้ติดอันดับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 4 ในภาคใต้ โดยมีจังหวัดภูเก็ตรองความนิยมอันดับ 1 รองลงมา คือ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาและจังหวัดกระบี่ตามลำดับ นอกจากนั้นจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีแหล่งท่องเที่ยวและมรดกเทศก์ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย(รางวัลกนิรี) ตั้งแต่ปี 2539-2553 ถึง

จำนวน 15 ตัว ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวระดับ Premium ของจังหวัดนครศรีธรรมราช (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2554) ซึ่งอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย ดังคำขวัญส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ว่า “เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุดอกมณี เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู ” แต่การท่องเที่ยวยังกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่เท่านั้น ยังคงขาดการถ่ายทอดเรื่องราวสะท้อนอัตลักษณ์ของความเป็นเมืองประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา เป็นการท่องเที่ยวอย่างฉาบฉวย นักท่องเที่ยวมักจะไม่ค่อยเข้าใจ ไม่มีความรักความผูกพัน หรือ ความรู้สึกที่ซาบซึ้งกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ และผู้คนของสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน ทั้ๆที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเอง เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในหลายๆด้าน ทั้งยังเป็นแหล่งรวมของรางวัลกินรี อันหมายถึง การที่มีแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และบุคลากรที่มีคุณภาพได้มาตรฐานถึง 15 รางวัลด้วยกัน

หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช นับได้ว่าเป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี เจ้าของรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) รางวัลยอดเยี่ยมประเภทเมืองและชุมชน ปี พ.ศ. 2541 (กิ่งแก้ว บัวเพชร, 2549) จากรายงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด พบว่า หมู่บ้านคีรีวง มีศักยภาพสูงสุดอยู่ในลำดับที่ 9 จากการสำรวจทั้งหมด 473 แหล่ง(ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2548) ปัจจุบันเป็นแหล่งศึกษาดูงานต้นแบบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งในปี 2556 ที่ผ่านมามีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้จัดกิจกรรม ศึกษาดูงาน ภายใต้แนวคิดถอดรหัสการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คีรีวง ต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเล็กๆ ที่ยิ่งใหญ่ โดยมีชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบ” จำนวน 13 แห่งจากทั่วประเทศเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งอดีตผู้นำชุมชน กำนันขงยุทธ กระจ่างโลก ได้กล่าวถึงหลักการสำคัญที่ทำให้บ้านคีรีวงประสบความสำเร็จ คือ เรื่องของการรู้จักตัวเอง และการมีจุดยืนชัดเจนว่าต้องการอะไร การมีกติกาที่ชัดเจนในการบริหารจัดการผลประโยชน์และทรัพยากรในชุมชน และการเพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีในชุมชนให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น สิ่งเหล่านี้ช่วยให้บ้านคีรีวงไม่ถูกการพัฒนาการท่องเที่ยวกลืนวิถีชีวิตจนหายไป แต่การท่องเที่ยวกลับให้ประโยชน์กับชุมชนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เป็นเครื่องยืนยันอย่างชัดเจนว่าชุมชนสามารถใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ชาวบ้านในหมู่บ้านคีรีวงมีอาชีพหลักคือเกษตรกร นอกจากนั้นยังมีการรวมกลุ่มกันเพื่อประกอบเป็นอาชีพเสริม ได้แก่ กลุ่มสับปะรดกมิ่งคุด กลุ่มย้อมผ้าสีธรรมชาติ กลุ่มลูกไม้ และกลุ่มทุเรียนกวนกาบหมาก แต่ละกลุ่มอาชีพล้วนเกิดขึ้นจากหลักการคิดที่อยากสร้างอาชีพเสริมที่มีโจทย์สำคัญ คือ อาชีพนั้นจะต้อง

สอดคล้องกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และมีวิธีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หลักการเหล่านี้ทำให้บ้านคีรีวงมีผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้เป็นอย่างดี แต่ก็ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือวิถีชีวิตดั้งเดิม และยังช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย ซึ่ง นางทรงศวรรณ ลีสวน ผู้ใหญ่บ้านและที่ปรึกษาชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคูกพัฒนา ต.สารจิต อ.ศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย ได้เล่าประสบการณ์ที่ได้จากการศึกษาดูงาน ค้นพบว่า คนในหมู่บ้านคีรีวง มีความสุขและความภูมิใจในสิ่งที่มีและที่เป็น แต่ละกลุ่มกิจกรรมมีความแตกต่างและหลากหลาย แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว เอื้อเฟื้อ เกื้อกูล ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2556)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นที่พบในปัจจุบัน รวมทั้งโอกาสและความท้าทายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยกระดับจากการท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 1.2.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 1.2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

## 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

- 1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน

1.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน

#### 1.4 คำถามการวิจัย

1.4.1 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไร

1.4.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชจะเป็นอย่างไร

1.4.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะเป็นอย่างไร

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1.5.1 ได้ข้อมูลสารสนเทศทางวิชาการเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5.2 ได้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5.3 นักวิชาการและนักศึกษาสามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการศึกษาค้นคว้าต่อยอดต่อไป

1.5.4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ สามารถนำผลจากการศึกษามากำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดิมกลับมาใหม่ด้วยความตั้งใจและต้องการมาด้วยตนเอง

1.5.5 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมยกระดับการท่องเที่ยวในปัจจุบันสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

1.5.6 ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันทั้งเจ้าบ้านและผู้มาเยือน

#### 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ด้านเนื้อหา ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านพื้นที่และ ด้านระยะเวลา ดังนี้

### 1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

### 1.6.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยมีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 1.6.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทำการศึกษาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและมีความพร้อมที่จะพัฒนาให้มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ผู้วิจัยเลือก หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 1.6.4 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิข้อมูลทางการวิจัย เป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน-ธันวาคม 2557

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

**1.7.1 การพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development)** หมายถึง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**1.7.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย (Tourists)** หมายถึง ประชาชนคนไทยที่เคยมีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยอาจจะพักค้างแรมหรือไม่พักค้างแรมก็ได้

**1.7.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จากประสบการณ์ตรง หรือ ร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีหรืออาจมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้าน ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านคีรีวง ซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม จากการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน จากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวดั้งเดิมที่ชุมชนมี สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้มาเยือนโดยตรง สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน สร้างความประทับใจเกิดการบอกต่อ

## 1.8 ข้อจำกัดการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการวิจัยดังต่อไปนี้

1.8.1 ด้วยศักยภาพของผู้ศึกษาด้านงบประมาณและระยะเวลาที่จำกัดทำให้ผู้ศึกษาวิจัยสามารถศึกษาได้เฉพาะพื้นที่ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ทั้งนี้ผลการวิจัย การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

1.8.2 ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่แท้จริงในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ เนื่องจากยังไม่มีระบบการบันทึกข้อมูลอย่างเป็นทางการ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชแล้วเท่านั้น

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นในการศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่เหมาะสมดังกล่าวมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการศึกษาวิจัย นำเสนอเป็น “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างคุณค่าให้กับชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมโดยนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2.2 แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

##### 2.1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยว ในปัจจุบัน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว จากยุคสมัยแรกที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชายทะเล (Beach Tourism) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ได้เปลี่ยนไปสู่ยุคที่สอง คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านวัฒนธรรมและใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว และยุคที่สาม มาสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เนื่องจากนักท่องเที่ยวโหยหาจุดหมายปลายทางที่สามารถได้พบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้ซึมซับความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และผู้คนเจ้าของพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ และเป็นผลให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต, 2553)

##### 1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว

ประภัทร สุทธาเวช (2550) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวมี 2 ปัจจัย คือ โครงสร้างทางสังคม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. โครงสร้างทางสังคม หมายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่



1.1 คุณภาพชีวิต หมายถึง ความเป็นอยู่ที่มีลักษณะดี ปัจจุบัน ผู้คนในสังคมต้องการความสุขทางใจมากขึ้น ด้วยการลดความเครียดจากการทำงาน ความเครียดจากการแข่งขัน เป็นต้น มนุษย์นำการท่องเที่ยวเข้ามาช่วยในการสร้างความสุขทางใจ คนในสังคมสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะไกลมากขึ้น

1.2 ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม คนในสังคมหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมากกว่าการผลิตทางอุตสาหกรรม มีความห่วงใยในระบบนิเวศมากขึ้นเนื่องจากการผลิตของภาคอุตสาหกรรมส่งผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การตระหนักถึงความสำคัญเพื่อป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

1.3 มาตรฐานคุณภาพ เป็นเรื่องระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นตัวกลาง นักท่องเที่ยวต้องการการบริการท่องเที่ยวและสินค้าที่ดีมีมาตรฐาน ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวและสินค้าให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความเร็ว นักท่องเที่ยวต้องการใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดในเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เช่นการไม่ต้องตื่นแต่เช้าเพื่อเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่ห่างไกล

2.2 ความง่าย นักท่องเที่ยวต้องการความง่ายต่อการปฏิบัติในสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือทางหนึ่งทางใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น รายการอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงและบริโภคไม่ยุ่งยาก นักท่องเที่ยวไม่มีเวลารอคอย ผู้ผลิตจึงต้องตอบสนองภาวะความง่ายในการปฏิบัติดังกล่าว เช่น อาหารจานด่วน อาหารจานเดียว เป็นต้น

2.3 ความหลากหลาย นักท่องเที่ยวต้องการมีทางเลือกที่มีมากกว่าทางเดียวหรือแบบเดียวเช่น ตัวสินค้าและบริการ ในอดีตนักท่องเที่ยวจะทราบข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น ข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์ เป็นต้นรูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) ดังนี้

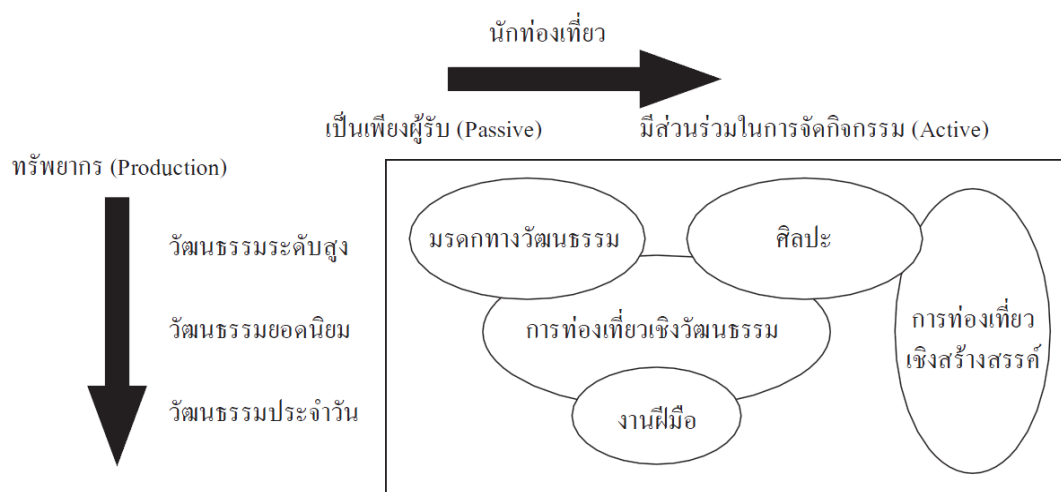
1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (AgroTourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

2. การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)

3. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

เมื่อพิจารณาจากการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวโลก พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ปรากฏอยู่ในการท่องเที่ยวทั้งสามประเภทดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการศึกษาการพัฒนากรอบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2010a) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) ทำได้เพียงมองดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผ่านทางสายตาหรือการเยี่ยมชม และการซื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Active) ผ่านทางการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล เพื่อการซึมซับเอกลักษณ์ (Identity) ของแต่ละท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยชีวิตชีวา และลดความน่าเบื่อหน่ายของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวจะครอบคลุมวัฒนธรรมทั้งสามระดับ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ทั้งวัฒนธรรมระดับสูง (เช่น มรดกทางวัฒนธรรม อาทิ โบราณวัตถุ ฯลฯ) วัฒนธรรมระดับกลางหรือวัฒนธรรมยอดนิยม (เช่น การแสดงพื้นบ้าน อาทิ หมอลำซิ่ง ฯลฯ) และวัฒนธรรมระดับล่างหรือวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน (เช่น งานฝีมือ อาทิ เครื่องจักสาน ฯลฯ) ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับงานศิลปะ โดยระดับของทรัพยากรด้านวัฒนธรรมจะสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในลักษณะผกผันคือ ยิ่งวัฒนธรรมมีระดับสูงขึ้นการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยิ่งน้อยลง ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.1



แผนภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010a)

### 2.1.2 นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่มุ่งเน้นในเรื่องการเข้าถึงวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ มีการให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์กรและผู้เชี่ยวชาญต่างๆดังนี้

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริง ในชุมชนนอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การบริหารจัดการเป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างสถานการณ์ 2 ประการ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน
2. ผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับทั้งในรูปของผลประโยชน์ตอบแทนตามระบอบทุนนิยม และในรูปของการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน

ยูเนสโกยังได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์รวมถึง การจัดให้เกิดกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชนนั้นๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป็นเพียงนักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกัน (Citizen of Community)

การประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO Santa Fe International Conference on Creative Tourism, 2008) ที่จัดขึ้น ณ เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ได้กำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม ในการประชุมดังกล่าวมีการนำเสนอความคิดเห็นในประเด็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีสาระสำคัญ (Wurzburger, 2010) ดังนี้

1. พัฒนาและสร้างประชากรที่มีความคิดสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพิ่มขึ้น
2. สร้างงานใหม่ๆ ในภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น มัคคุเทศก์ งานด้านขนส่งช่างฝีมือของท้องถิ่น และพนักงานต้อนรับ เป็นต้น
3. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
4. เสริมความแข็งแกร่งแก่นโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยผ่านการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการฝึกอบรม ส่วนภาคเอกชนรับผิดชอบในการสนับสนุนตนเอง ให้ข้อมูลในเรื่องที่คลุมเครือ และสร้างเครือข่ายของตนเองในประเด็นปัญหาที่มีร่วมกัน
5. มุ่งเป้าหมายที่คุณภาพ ไม่เพิ่มอุปสงค์โดยการลดราคา
6. หน่วยงานภาครัฐสามารถประสานงานกับหน่วยงานที่มีอยู่ในเมือง และสร้างประโยชน์ร่วมกันผ่านความคิดริเริ่มของภาครัฐและภาคเอกชน ส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศ
7. ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดผู้คนที่สนใจในการปรับปรุงเมือง (Urban Renovation)

Crispin Raymond และ Greg Richard ได้ร่วมกันกำหนดและให้คำนิยามการท่องเที่ยวยังสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (Richards and Raymond, 2000:18) ทั้งนี้ Raymond และ Richards ให้ความสำคัญกับ “การมีส่วนร่วม” หรือการได้สนทนาพูดคุย และชิมชั้บ “วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์” ของพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นสำคัญ(Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. หรือ DASTA ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

ตารางที่ 2.1 สรุปประเด็นเปรียบเทียบคำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| ประเด็นเปรียบเทียบ    | UNESCO Santa Fe   | Charles Landy   | Raymond & Richards  | DASTA (อพท.)   |
|-----------------------|---|---|---|--|
| เน้นการเรียนรู้ในด้าน | วัฒนธรรม ศิลปะ เอกลักษณ์ของสถานที่                                      | วัฒนธรรม ประเพณี ความเป็นอยู่ของสถานที่ วิถีชีวิตประจำวัน | วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์  | วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิถีชีวิตชุมชน เอกลักษณ์สถานที่ |
| วิธีการเรียนรู้       | <input type="checkbox"/> ประสบการณ์ตรงมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม | ประสบการณ์ตรงร่วมสร้างประสบการณ์ดี ๆ กับผู้คนในท้องถิ่น   | ประสบการณ์ตรงมีส่วนร่วมในกิจกรรมจากประสบการณ์จริง (การได้สนทนาพูดคุย) | ประสบการณ์ตรงใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่                |

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

จากคำนิยามโดยองค์การและผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวข้างต้น พบว่า จุดสำคัญของการท่องเที่ยวยังสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในด้านวัฒนธรรม โดยมีวิธีการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ จึงสรุปนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากนิยามที่กล่าวถึงข้างต้นไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่

นักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนหรือสถานที่นั้นๆ จากประสบการณ์ตรง หรือร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีกับเจ้าของวัฒนธรรม หรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ทั้งจากการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน”

### 2.1.3 คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ



แผนภาพที่ 2.2 คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(Richards, 2010a)

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหาร ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหาร เป็นต้น
2. รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโกประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3. รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” อาทิ เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguiolle) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

4. รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูง เป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน อาคารแสดงผลงานศิลป์ อนุสาวรีย์ ต่าง ๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หลากรูปแบบ อาทิ การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้ และการทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน อาทิ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมือง จึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหาร วิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ตามองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว | การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |
|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| ประเภทประวัติศาสตร์              | โบราณวัตถุ และศาสนา       | ประเพณี และกิจกรรม          |

|  | ประเภทศิลปวัฒนธรรม   | ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว   |
|--|--|--|
| มรดกโลก                                | อุทยานประวัติศาสตร์พิพิธภัณฑสถาน<br>แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น                        | ศิลปะ<br>งานฝีมือ  |
| สิ่งอำนวยความสะดวกทางการ<br>ท่องเที่ยว | สาธารณูปโภค บริการที่พัก สถาน<br>บริการ ระบบการจัดการ<br>ระบบสื่อความหมาย                    | สาธารณูปโภค บริการที่พัก สถาน<br>บริการ ระบบการจัดการ<br>ระบบสื่อความหมาย  |
| ผลกระทบที่ได้รับ (บวก / ลบ)            | แง่บวก แหล่งท่องเที่ยวทาง<br>วัฒนธรรมมีความหลากหลาย<br>แง่ลบ วัฒนธรรมถูกทำลาย                | แง่บวก ชุมชนมีส่วนร่วมในการ<br>จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว<br>แง่ลบ ยังไม่รู้จกกันแพร่หลายและ<br>ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน |
| การตลาดและการประชาสัมพันธ์             | เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น<br>หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ<br>ใบปลิว<br>และอินเทอร์เน็ต | เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น<br>หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ<br>ใบปลิว<br>และอินเทอร์เน็ต                         |
| นักท่องเที่ยว                          | นักท่องเที่ยวต้องการส่วนร่วมน้อย<br>ในกิจกรรมการท่องเที่ยว                                   | นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น<br>ในกิจกรรมการท่องเที่ยว   |

(ภักยมณี แก้วสง่า และ นิตยาชล จำนงศรี, 2556)

#### 2.1.4 องค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภูริวัจน์ เดชอ่วม (2556) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 2 ด้านที่สำคัญ ดังนี้

1. **นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists)** เป็นผู้ที่มิชอบเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวและแสดงพฤติกรรมบริการบริโภคในลักษณะต่างๆ ที่ผ่านมายังไม่มีผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจน พบว่า มีเพียงการตั้งสมมติฐานจากการวิเคราะห์คำนิยาม ความหมาย และการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยสรุป ดังนี้ (Salman & Uygur, 2010)

1. มีความเต็มใจที่ก้าวออกมาจากวิถีแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม
2. ค้นหาทางเลือกใหม่
3. มองหาประสบการณ์จริงในวันหยุดพักผ่อนที่สร้างสัมพันธภาพ การมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงจากภายใน
4. ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาทักษะของตนเอง
5. คาดหวังประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่น



6. ใช้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง

จากคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นการได้รับประสบการณ์เนื่องจากมีความพร้อมในการเปิดรับความแปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับการดำรงชีวิตท่ามกลางความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมต่างถิ่นและวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ของชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ มากพอสมควร ดังนั้น นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้หรือตระหนักรู้เชื่อมโยงกับความเป็นตัวตนของตัวเอง สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีสัมพันธภาพกับผู้คนในท้องถิ่นอย่างแนบแน่นและแสดงบทบาทเป็นผู้มีส่วนร่วมสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญมากกว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พร้อมที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ การลงมือทำและมีความสุข เพื่อที่จะได้บรรลุการพัฒนาความสามารถใหม่ ๆ ของตนเอง เช่นเดียวกับภัชิตจินที่กล่าวว่า “เมื่อได้ยีนก็จะลืม เมื่อเห็นก็จะจำได้ แต่เมื่อลงมือทำก็จะเข้าใจ”

## 2. มิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด...และคนอื่นๆ (2553) อ้างถึงใน ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้พัฒนาอนุกรมวิธานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแง่ของการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยแบ่งออกเป็นมิติที่สำคัญ 3 ด้านและปัจจัยสนับสนุน 6 ประการ ดังนี้

**มิติที่ 1 : พื้นที่ (Space)** เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพ ความโดดเด่น และมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่สะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยเมืองและชุมชน (City and community) ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองในเชิงสัณฐานวิทยา (Urban morphology) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมทั้งในเชิงกายภาพและเชิงพื้นที่ และวิถีชีวิตในชุมชนทั้งในเมืองและชนบท โดยพัฒนาควบคู่กับปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องในเชิงบูรณาการ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา ฯลฯ

2. ปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ (Identity and uniqueness) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์เป็นกลุ่มข้อมูลที่สะท้อนความเป็นจริงและการเปลี่ยนแปลงสภาพของพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ในโลกเสมือนจริง โดยที่อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่สะท้อนตัวตนที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายและพลวัตเชิงความหมายที่ไม่หยุดนิ่ง ในขณะที่เอกลักษณ์ คือ ลักษณะที่เป็นหนึ่งเดียวและเป็นพื้นฐานในการสร้างจุดขาย (Unique selling point) และภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งท่องเที่ยว นั่นๆ ทั้งนี้ ปัจจัยอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์เป็นตัวบ่งชี้คุณภาพและความแตกต่างของจุดหมายปลายทางและแหล่งท่องเที่ยว

**มิติที่ 2 : การปฏิสัมพันธ์ (Interaction)** หมายถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มิติการปฏิสัมพันธ์ประกอบด้วยปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างประสบการณ์จริง (Authentic experience) ให้แก่นักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) วัฒนธรรมที่มีชีวิตในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง วัฒนธรรมที่มีการสืบสานมาแต่เดิมและวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่ซึ่งสามารถผสมผสานกับวัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมระดับชาติ วัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน

2. ปัจจัยประสบการณ์จริง (Authentic experience) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับปัจเจก (Intra-personal experience) และระดับระหว่างปัจเจก (Inter-personal experience) การได้รับประสบการณ์จริงทำให้นักท่องเที่ยวหลุดพ้นจากกรอบโครงสร้างการจัดการชีวิตและสามารถสร้างพื้นที่สำหรับประสบการณ์ใหม่ตามความสนใจของตนเองได้

**มิติที่ 3 : ตัวกลาง (Agents)** หมายถึง แนวร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยปัจจัย ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละสถานที่ (Creative people in residence) และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning process)

1. ปัจจัยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ (Creative people in residence) หมายถึง คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน

2. ปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning process) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน (Host community) กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists) หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

การพิจารณาองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไปของ “ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์” (Creative experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น Tan, ...et al. (2013) อ้างถึงใน ฐริวิจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ตัวแบบประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (A Model of creative example in creative tourism) พบว่า ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเกิดจากการปฏิสัมพันธ์จากภายนอก (Outer interaction) กับผลสะท้อนจากภายใน (Inner reflection) โดยที่การปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบตัวผู้คน สิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการบริการล้วนมีส่วนสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวของทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้หรือการตระหนักรู้ (Awareness or consciousness) เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการเกิดประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ชุมชนในฐานะผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรละเลยสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสมัยใหม่ที่สามารถสร้างแรงจูงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจคล้ายคลึงได้เป็นอย่างดี

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อมุ่งไปสู่รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ในเบื้องต้นเป็นการนำเสนอแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน ซึ่งชุมชนในประเทศไทยได้มีการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทาง เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในปัจจุบัน

ขณะที่การดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องของนโยบาย และมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รับผิดชอบในเรื่องการทำตลาดการท่องเที่ยว แต่ในทางปฏิบัติ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังไม่มีองค์กรใดมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่มีความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่าที่ควร ยังคงมุ่งความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว (Mass Tourism) เป็นหลักอย่างไรก็ตามแม้ว่าในภาพรวมยังไม่มีกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน แต่รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงได้มอบหมายให้คณะทำงานเศรษฐกิจภาคบริการและการท่องเที่ยว สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดำเนินการศึกษาในเบื้องต้น และสรุปว่าประเทศไทยควรมุ่งเน้นอัตลักษณ์พื้นถิ่นอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายไม่ว่าจะเป็นในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ วิถีชีวิตท้องถิ่น ต่างก็มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจและมีลักษณะเฉพาะเป็นมนต์เสน่ห์ของการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในจำนวนที่เพิ่มขึ้น เพิ่มการกระจายตัวของพื้นที่ในการท่องเที่ยวได้มากขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้และความเจริญสู่ท้องถิ่นทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนหรือสถานที่นั้นๆ จากประสบการณ์ตรง หรือร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีกับเจ้าของวัฒนธรรม หรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ทั้งจากการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงต้องคำนึงถึงภาคอุปสงค์และภาคอุปทานไปพร้อมกันนั่นคือ ต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยือนมากขึ้น ต้องหาวิธีนำเสนอและสร้างโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับวัฒนธรรมของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรง ขณะเดียวกันต้องให้การสนับสนุนชุมชนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง พร้อมทั้งสรรหาวิธีการในการนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เป็นเพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่อิ่มอร่อยแล้วจากไป นับเป็นการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

### 2.1.5 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยและในต่างประเทศ

จากนิยามและลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงตัวอย่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทย ดังตารางที่ 2.3 และตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะกิจกรรม และรายละเอียดกิจกรรม ดังนี้

ตารางที่ 2.3 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

| กิจกรรมการท่องเที่ยว                          | ลักษณะกิจกรรม                         | รายละเอียดกิจกรรม  |
|---|---------------------------------------|--|
| การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์ | งานฝีมือ หัตถกรรม โบราณ ภาษาถิ่น      | การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านหลายช่องทางจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ เช่น การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การทำงานไม้ และการทำอาหารท้องถิ่น   |
| การทำมีดลักโยล(Laguiole) ประเทศฝรั่งเศส       | งานฝีมือแบบโบราณ                      | เรียนรู้การทำมีดลักโยล (Laguiole) ด้วยตนเองโดยการแนะนำของมี้อาชีพ ตั้งแต่ขั้นตอนของการเลือกวัสดุ การแกะสลักการขัดเงา ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก  |
| ศิลปะในป่า ประเทศแคนาดา                       | การวาดภาพวาด การแกะสลัก และการถ่ายภาพ | การทำงานส่วนใหญ่เกิดจากแรงบันดาลใจและจากประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น การวาดภาพ การทำรูปปั้น การแกะสลักและการถ่ายภาพ สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกในเชิงสร้างสรรค์ผนวกกับประสบการณ์และความรู้สึก                     |
| เทศกาลดนตรีประเทศเม็กซิโก                     | ดนตรีพื้นบ้านของชาวเม็กซิกัน          | งานเทศกาลนี้ช่วยสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับในท้องถิ่นรวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับดนตรีและวัฒนธรรมเม็กซิกัน เป็นการถ่ายทอดเพลงและวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น |

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

| กิจกรรมการท่องเที่ยว | ลักษณะกิจกรรม | รายละเอียดกิจกรรม |
|----------------------|---------------|-------------------|
|----------------------|---------------|-------------------|

|   |                               |   |
|---|-------------------------------|---|
| วิธีการทำและการปรุงอาหารคาตาลันเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน | วิธีการทำอาหารและการปรุงอาหาร | เรียนรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและคุณภาพของอาหารคาตาลันการเข้าชมการทำอาหาร และการปรุงอาหาร จะทำเป็นกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน อาหารบางสูตรเป็นอาหารมีชื่อเสียงที่สุดของคาตาลัน |
|---|-------------------------------|---|

(Richards and Wilson, 2006)

จากตารางที่ 2.3 จะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการจัดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก โดยลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ วัฒนธรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิมที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตประจำวัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของกิจกรรม พบว่า ในแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวจะส่งผ่านความรู้และประสบการณ์ของท้องถิ่นไปสู่นักท่องเที่ยวผ่านผู้รู้ในชุมชนท้องถิ่นโดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ จะได้รับคำแนะนำจากมืออาชีพตลอดเวลา บางกิจกรรมอาจต้องอาศัยประสบการณ์ผนวกกับความรู้ลึกของนักท่องเที่ยว เช่น การวาดภาพ การแกะสลัก และการถ่ายภาพเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ การดำเนินงานเป็นกลุ่มเป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ และทัศนคติซึ่งกันและกัน ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับคนในท้องถิ่น พร้อมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 2.4 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

| กิจกรรมการท่องเที่ยว  | ลักษณะกิจกรรม                 | รายละเอียดกิจกรรม  |
|---|-------------------------------|--|
| อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์อนุรักษ์วิถีชีวิตไทยให้ดำรงอยู่คู่สายน้ำจังหวัดสมุทรสงคราม | วิถีการดำรงชีวิตอยู่กับแม่น้ำ | ชมการดำรงชีวิตอยู่คู่กับสายน้ำมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและเคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายทางน้ำที่คับคั่ง มีตลาดน้ำ เรือนแพบ้านเรือนทั้งสองฝั่งคลองอุดมไปด้วยสวนไม้ผล และพืชผักที่ชื่อเสียง |

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

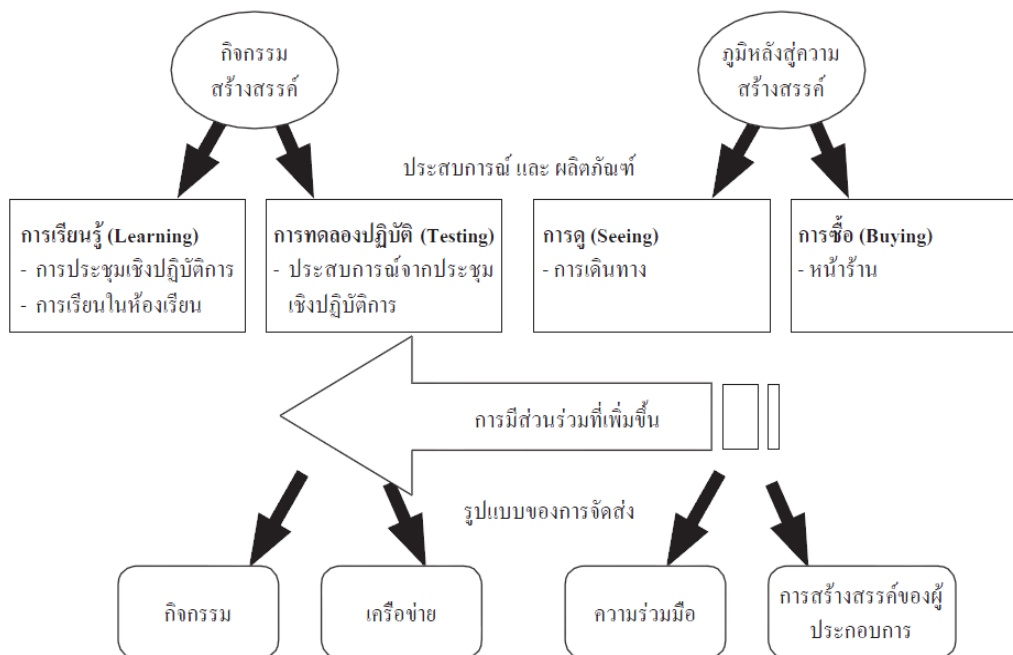
| กิจกรรมการท่องเที่ยว  | ลักษณะกิจกรรม  | รายละเอียดกิจกรรม  |
|---|--|--|
| ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “สายใยรัก...จากแม่สู่ลูก” ในช่วงวันแม่ จังหวัดนครปฐม | การเดินทางเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ และทำกิจกรรมร่วมกัน | สัมผัสความงามแบบผสมผสานของพระราชวังสนามจันทร์กราบสักการะพระปฐมเจดีย์ พร้อมกิจกรรมนวดให้แม่และลูกได้สร้างความสัมพันธ์อันอบอุ่น ด้วยการสัมผัสจากการเรียน |

|                              |                     |   |
|------------------------------|---------------------|---|
|                              |                     | นวดแผนไทยกับศาสตร์โบราณซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกของชาติ  |
| การเล่นชั้นสูงจังหวัดราชบุรี | งานฝีมือแบบดั้งเดิม | ชมการออกแบบลวดลายไทยเชิงจิตรกรรม งานฝีมือแกะสลักประณีต นาฏศิลป์ การละครประกอบบทพากย์ บทขับร้อง และดนตรีปี่พาทย์ โดยริเริ่มมาตั้งแต่ครั้งกรุงสุโขทัย |

จากตารางที่ 2.4 จะพบว่า ประเทศไทยเริ่มมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในหลายพื้นที่ในภาคกลาง ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นเกี่ยวกับวิถีชีวิตในอดีต ทัศนกรรม และศิลปะการแสดง รูปแบบกิจกรรมจะเป็นการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่างๆ การชมงานฝีมือ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวน้อย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่นส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวไม่ได้แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม นั่นคือ มีเพียงการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองไทยจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ

### 2.1.6 แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของริชาร์ด (Richards, 2010b) พัฒนาขึ้นมาเพื่ออธิบายกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แสดงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบดังแผนภาพที่ 2.3



แผนภาพที่ 2.3 แสดงแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010b)

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับของการสร้างประสบการณ์และผลิตภัณฑ์ และระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการ ระดับของการสร้างประสบการณ์และผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ ภูมิหลังสู่ความสร้างสรรค์และกิจกรรมสร้างสรรค์ อธิบายได้ ดังนี้

1. ภูมิหลังสู่ความสร้างสรรค์ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจะนำมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างประสบการณ์และผลิตภัณฑ์ใน 2 ลักษณะ คือ การดู (Seeing) และการซื้อ (Buying) เช่น การเดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว และซื้อของที่ระลึกจากหน้าร้านของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป

2. กิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วย กิจกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) และกิจกรรมที่เกิดจากการทดสอบหรือทดลองปฏิบัติ (Testing) เช่น การเรียนในห้องเรียนการอบรมในห้องประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการลงมือทำในสถานที่จริง เป็นต้น

**ระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 4 องค์ประกอบ**

1. การสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามลักษณะทรัพยากรที่ปรากฏในท้องถิ่น

2. ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว
3. เครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว จะเห็นว่า การเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ที่สำคัญคือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในท้องถิ่น

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

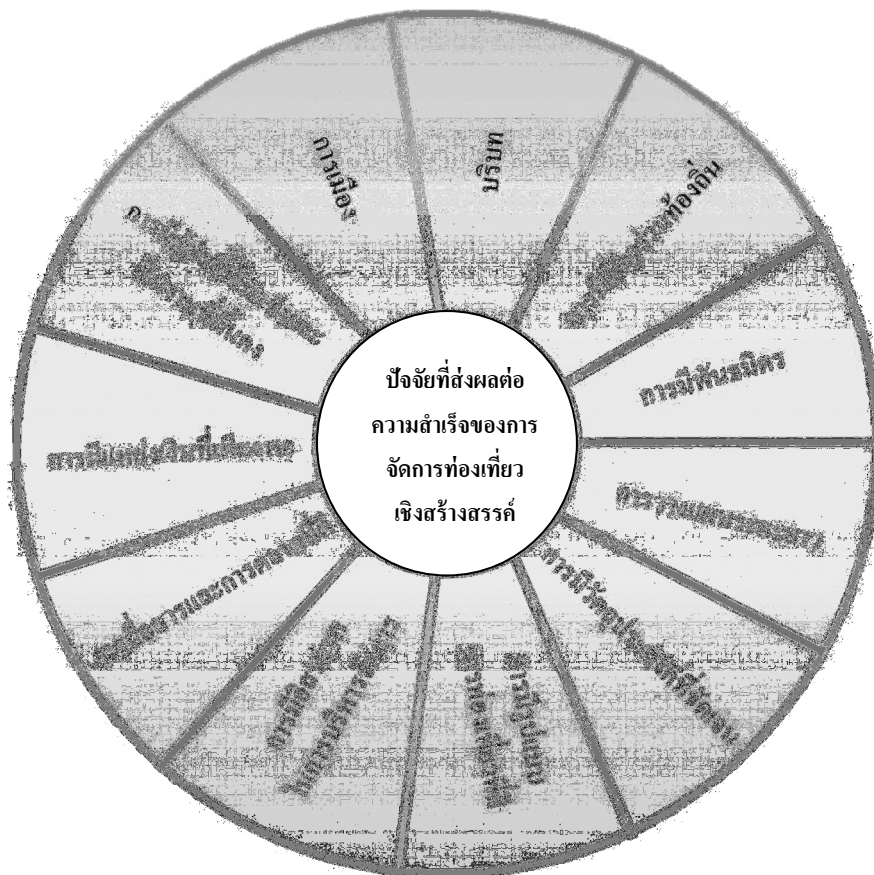
จากการศึกษาของ ริชาร์ดในปี 2010 (Richards, 2010b) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีทั้งสิ้น 11 ปัจจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.4

ภิญโญ แก้วสง่า และ นิศาชล จันทน์ศรี (2555) ได้นำปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาวิเคราะห์ในมิติของการท่องเที่ยวไทยได้ ดังนี้

**1. บริบท** หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น สำหรับประเทศไทยนับว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคประเทศไทยถือว่าเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 700 ปี มีปราสาทพระราชวังวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และปราสาท เขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น

**2. การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น** หมายถึง การเปิดโอกาสให้องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ประเทศไทยมีการปกครองแบบลำดับชั้นและกระจายอำนาจสู่การปกครองในระดับล่าง อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บางพื้นที่อาจมีหัวหน้าชุมชนซึ่งบุคคลทั้ง 3 กลุ่มมาจากบุคคลในท้องถิ่น ทำให้มีความรู้เรื่องท้องถิ่นเป็นอย่างดี และสามารถขอความร่วมมือจากประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และสามารถดำเนินการในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ





แผนภาพที่ 2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010b)

3. **การมีพันธมิตร** หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน อาทิเจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้จะกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของชุมชน หากมีการสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. **การวางแผนระยะยาว** ได้แก่ การวางแผนล่วงหน้าในการจัดการท่องเที่ยวและการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยการวางแผนระยะยาวอาจอิงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีวาระ 5 ปี การวางแผนให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจะช่วยให้การบริหารจัดการมีทิศทางที่แน่นอน พร้อมทั้งสามารถสามารถขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันต้องวางแผนการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งถือว่ามีความสำคัญมาก

5. **การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน** ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องระบุให้ชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ตามสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ ต้องการนำเสนอในแง่ใด อาทิ การนำเสนอวัฒนธรรมด้านวิถี การดำเนินชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนที่อาศัยแม่น้ำในการค้าขายสินค้าและบริการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

**6. การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี** หมายถึง การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำแบบใครเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับชุมชน ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แม้จะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่ก็มีความแตกต่างกัน อาทิ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีภาษาที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ภาษาโคราช ภาษาไทยอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย ภาษาเยอ เป็นต้น ซึ่งภาษาเหล่านี้ถือว่าเป็นจุดแข็งของแต่ละพื้นที่ที่สามารถนำมาจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น

**7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ** ได้แก่ การที่ชุมชนมีอิสรภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถานประกอบการและชุมชน ไม่ควรได้รับผลประโยชน์เพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โครงสร้างการบริหารจัดการควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และมีอิสระในการดำเนินงาน อาทิ การเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความเหมาะสมของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น

**8. การสื่อสารและการตลาดที่ดี** หมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจุบันการสื่อสารของไทยถือว่ามีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สื่อประชาสัมพันธ์ของไทยมีทั้งสื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งต่างช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น

**9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ** ได้แก่ การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมาก ปัจจุบันหลายองค์กรให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ให้การสนับสนุนงบประมาณการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ก็มีหลายชุมชนที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงในขณะที่ยังมีงบประมาณที่ให้การสนับสนุนมีจำนวนจำกัด การมองหาแหล่งเงินทุนในท้องถิ่นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาด้านเงินทุนได้

**10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง** หมายถึง การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการดำเนินงานโดยชุมชนเป็นหลัก ผู้นำชุมชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในปัจจุบันผู้นำชุมชนท้องถิ่นของไทยยังขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน เพราะการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้นำชุมชนจึงมีความสำคัญมาก

**11. การเมือง** หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการที่นำมาใช้เพื่อจัดระเบียบความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง การเมืองของไทยยังถือว่ามีเสถียรภาพน้อย เกิดการแตกแยกทางวิชาการเมืองอย่างเห็นได้ชัด ทั้งการก่อการร้ายในบางพื้นที่ ซึ่งแท้จริงแล้วการเมืองมีความสำคัญมากเพราะการเมืองมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในเมืองไทย พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว

## 2.2 แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มุ่งเน้นที่การตอบสนองกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงกลุ่ม จึงต้องศึกษาแนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

### 2.2.1 รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นิรันดร ทัพไชย (2549, 69) กล่าวว่า รูปแบบของนักท่องเที่ยว สามารถอธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำให้ทราบรูปแบบของนักท่องเที่ยว การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ แต่การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือการแบ่งตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง โดยกำหนดนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบคือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (tourists ) หรือ 2) นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979 อ้างถึงใน นิรันดร ทัพไชย 2549, 69) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979 อ้างถึงใน นิรันดร ทัพไชย 2549, 69 - 70) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) จะพยายามหาแนวทางเพื่อลืมนความจำในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จุดประสงค์การเดินทางหลักคือแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง โดยสนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986, อ้างถึงใน นิรันดร ทัพไชย 2549, 70) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)

2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest- seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ

- นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
- นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family - orientated) เป็น
- นักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว
- นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

## 2.2.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยว (The Requirement of the Tourists)

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น หรือลดลงย่อมหมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวด้วย(ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544 : 19)

สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยโดยรวมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระเบียบพิธีเข้าเมือง ตลอดจนสภาพแวดล้อมสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย (ศรีัญญา วรากุลวิทย์, 2546 : 102)

สินค้าทางการท่องเที่ยว (Visitor Attraction Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการ อันได้แก่ ความสะดวกสบาย ความมีมาตรฐานในบริการขั้นพื้นฐาน ความสะอาด ความแปลกใหม่ควรค่าแก่การเรียนรู้ ความพึงพอใจที่ได้รับ ความประทับใจ บรรยากาศของเมืองและสภาพแวดล้อมที่ทำให้เกิดความสบายใจและเกิดความสุขที่ได้มาเยือน คุ่มค่ากับการจ่ายเงินและเวลาที่ใช้สำหรับการพักผ่อนท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการบริการนั้นไม่สามารถนำกลับไปด้วยเหมือนสินค้าประเภทอื่น แต่ยังคงประทับอยู่ในความทรงจำตลอดไป (John Swarbrooke, 1999 : 35 - 39)

ความต้องการในการท่องเที่ยวนั้นเกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ของตน เหมาะกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คุ้มค่ากับความสุขและความประทับใจที่ได้รับมา (Stephen j Page and et al., 2001 : 59) แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสม ผสานกันเป็นสิ่งดึงดูดใจ ทั้งในด้านความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resources)ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อมวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวก(Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน(Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภคการขนส่ง(Transportation) และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว (Mill and Morrison อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546 : 32)

ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mathieson and Wall, 1996 : 16 - 17)

1. ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2. ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3. ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่างๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูล ก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบายเรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพไต้เขา ความต้องการการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีมากมายหลายรูปแบบ และมีความต้องการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้พบว่า การจะศึกษาถึงตลาดการท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ให้ทราบถึงการแสดงออกใดๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรง การรับรู้ ความเข้าใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำ เพื่อการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาที่จะนำไปให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ได้รับและบรรลุวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

## 2.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว กำลังขยายผลเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีแนวคิดอยู่บนพื้นฐานหลักการเดียวกัน คือ สนับสนุนการใช้ทรัพยากรประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างชาญฉลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกันกระบวนการใช้สอยทรัพยากรนั้นจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตน้อยที่สุดและต้องคงความสมบูรณ์ไว้มากที่สุด ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงไม่สามารถแยกออกจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้านอื่นๆ ได้ การเติบโต

ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงส่งผลต่อภาพรวมของเศรษฐกิจและสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และยังส่งผลต่อการคงอยู่ของทรัพยากรโดยตรง

Battan (กรมการพัฒนาชุมชน.2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (Change for the Better) หมายความว่า คนใด สิ่งใด หรือ กิจกรรมใดที่มีการเปลี่ยนแปลงและเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นเรียกว่า “การพัฒนา”

### หลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องครอบคลุม 3 ประเด็น คือ

1. การประเมินค่าสิ่งแวดล้อม คือ การให้ความสำคัญก่อนข้างสูงต่อการประเมินค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอันเนื่องมาจากระบบนิเวศ ซึ่งคอยหล่อเลี้ยงชีวิตมนุษย์
2. การขยายมิติของกาลเวลา เนื่องจากการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาสังคมในระยะสั้น ซึ่งสามารถวางนโยบายเพื่อปฏิบัติได้ในช่วงระยะเวลา 5ปี หรือ 10 ปี ซึ่งขณะเดียวกันต้องมองไปถึงอนาคตของอนุชนรุ่นหลังหรืออาจจะมองไกลกว่านั้น
3. ความเสมอภาคและความยุติธรรม การพัฒนาเน้นเป้าหมายหลักการสนองตอบความต้องการของกลุ่มชนในสังคมและการปฏิบัติอย่างยุติธรรมต่ออนุชนรุ่นหลังในอนาคต ไม่ให้ได้รับความทุกข์ยากหรืออย่างน้อยก็มีระดับความเป็นอยู่ใกล้เคียงกับปัจจุบัน

**การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบดังนี้**  
(สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions) ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2545) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2.บริการการท่องเที่ยว ที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่

พัก อาหาร แหล่งจำ นายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว ซึ่งในกระบวนการจัดการได้ รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มี การเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบต่อระบบการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามา มีส่วนเกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว ยังมีสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย

### วิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. สำรวจ ค้นหา สถานที่ และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน รวบรวมข้อมูล เส้นทาง ประวัติ ความสำคัญ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์
2. วางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกทำแผนพัฒนาทุกด้าน การอนุรักษ์ การป้องกันทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมด้านนันทนาการตามแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารพัฒนาบุคลากร
3. จัดให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว วางระบบในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินและสุขภาพอนามัย โดยเฉพาะที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม
4. การบริการและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ดูแลบริการสาธารณะทุกด้านรวมทั้งระบบการจัดเก็บ หรือทำลายขยะ การบำบัดน้ำเสีย การจัดเก็บผลประโยชน์ การจัดทำของที่ระลึก



ชุมชน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น อาสาสมัครประจำท้องถิ่น ที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว

5. การประชาสัมพันธ์และการตลาดการท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้แก่สาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมาย แผ่นพับ

## 2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองใหญ่ที่สำคัญของภาคใต้มาตั้งแต่สมัยโบราณ ด้วยทำเลที่ตั้ง อันเหมาะสมกับการตั้งชุมชน มีความอุดมสมบูรณ์ มีทั้งผืนป่าและเขาหลวง ซึ่งเป็นต้นกำเนิดลำธารที่สำคัญของภาคใต้ มีชายฝั่งทะเลที่เปิดรับความอุดมสมบูรณ์จากท้องทะเล และเป็นท่าเรือที่สำคัญต่อการเดินเรือ อีกทั้งเป็นเมืองที่ร่ำรวยด้วยศิลปวัฒนธรรม ความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์ รวมทั้งเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรม อันดงามที่สืบเนื่องมาแต่ช้านาน ทั้งหนังตะลุง โนราที่แฝงไว้ด้วยคติธรรม มรดกทางวัฒนธรรมที่เมืองนครมีอยู่ในปัจจุบันนั้น ได้รับการสะสมมาจากประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า 1800 ปี เช่น ประติมากรรม สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ช่างฝีมือพื้นบ้าน การละเล่น และขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งชาวเมืองยังยึดถือปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน นับเป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของจังหวัด ดังคำขวัญส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ว่า “เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู ”

กรุงเทพมหานคร (2550 อ้างถึงใน วันชพร จันทรักษา) จังหวัดนครศรีธรรมราชติดอันดับท่องเที่ยวยอดเยี่ยมอันดับ 4 ในภาคใต้ โดยมีจังหวัดภูเก็ตรองความนิยมอันดับ 1 รองลงมา คือ อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาและจังหวัดกระบี่ตามลำดับ นอกจากนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีแหล่งท่องเที่ยวและมรดกเทศก์ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย(รางวัลทกินรี) ตั้งแต่ปี 2539-2553 ถึงจำนวน 15 ตัว ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวระดับ Premium ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จากสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2556 จัดอยู่ในทิศทางที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นสูง สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติเดินทางเข้ามายังนครศรีธรรมราชรวมทั้งสิ้น 2,026,681 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.11 และสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้นครศรีธรรมราช คิดเป็นมูลค่า 10,397.62 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.18 การท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราชยังต้องพึ่งตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยเป็นหลัก โดยร้อยละ 98 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนนครศรีธรรมราชเป็นนักท่องเที่ยวคนไทย ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนนครศรีธรรมราชมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2

อย่างไรก็ตามแม้ว่า การท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชจะมีทิศทางที่ดีขึ้น แต่การท่องเที่ยวยังกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่เท่านั้น ยังคงขาดการถ่ายทอดเรื่องราวสะท้อนอัตลักษณ์ของความเป็นเมืองประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาเป็น การท่องเที่ยวอย่างฉาบฉวย นักท่องเที่ยวมักจะขาดความเข้าใจ ไม่มีความรักความผูกพัน หรือ ความรู้สึกที่ซาบซึ้งกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ และผู้คนของสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน

จังหวัดนครศรีธรรมราชเอง เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน ทั้งยังเป็นแหล่งรวมของรางวัลกินรี อันหมายถึง การที่มีแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และ บุคลากรที่มีคุณภาพได้มาตรฐานถึง 15 รางวัลด้วยกัน หนึ่งในนั้น คือ หมู่บ้านคีรีวง ได้รับรางวัล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) รางวัลยอดเยี่ยมประเภทเมืองและชุมชน ปี พ.ศ. 2541 นับได้ว่าหมู่บ้านคีรีวงเป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี ซึ่งอยู่บนที่ราบที่โอบล้อมด้วย เทือกเขาหลวง และเป็นพื้นที่ต้นน้ำของคลองหลายสาย ที่ไหลลดหลั่นลงมาเกิดเป็นน้ำตกน้อยใหญ่ งดงาม ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เรียกได้ว่ามีอากาศบริสุทธิ์ติดอันดับต้นๆ ในประเทศ โดยจากการตรวจวัด ค่ามาตรฐานอากาศพบว่ามีอากาศที่บริสุทธิ์กว่ามาตรฐานถึง 100 เท่า นายวิโรจน์ จิระรังสรรค์ อดีต ผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้กล่าวถึงเกณฑ์มาตรฐานอากาศที่ดีต้องมีสิ่งแปลกปลอมไม่เกิน 300 ไมครอนต่ออากาศ 1 ลูกบาศก์เมตร แต่คุณภาพอากาศที่หมู่บ้านคีรีวงนั้น หลังจากได้มีการ ตรวจวัดค่ามาตรฐานอากาศในปี พ.ศ. 2552 พบว่ามีสิ่งแปลกปลอมเพียง 9 ไมครอนต่ออากาศ 1 ลูกบาศก์เมตร หรือมีอากาศที่บริสุทธิ์กว่ามาตรฐานถึง 100 เท่า และเป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์เป็น อันดับ 1 ของประเทศในปีนั้นเลยทีเดียว เหตุที่ทำให้อากาศในหมู่บ้านแห่งนี้สูงกว่ามาตรฐานถึง 100 เท่า ก็คือธรรมชาติที่สรรค์สร้าง โดยรอบของหมู่บ้านคีรีวงนั้นรายล้อมไปด้วยภูเขาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ เทือกเขาหลวง ซึ่งยังคงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ โดยเฉพาะป่าเฟิร์นโบราณและกล้วยไม้หายากและพืชนานาชนิด จุดสูงสุดของเทือกเขามีความสูงประมาณ 1,835 เมตรจากระดับน้ำทะเล ซึ่ง นับเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในภาคใต้ เปรียบเสมือนเป็นหลังคาของภาคใต้และยังเป็นป่าต้นน้ำของลำธารอีกหลายสาย ซึ่งหนึ่งในนั้นได้ไหลผ่านหมู่บ้านคีรีวง และเส้นทางผ่านหมู่บ้านคีรีวงแห่งนี้ยังเป็นอีก เส้นทางที่ใช้ขึ้นไปสู่เทือกเขาหลวง หมู่บ้านคีรีวงจึงเป็นจุดหมายปลายทางของผู้ที่อยากจะมาสัมผัส ธรรมชาติและอยากจะสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ โดยบรรยากาศภายในหมู่บ้านนั้นจะมีลำธารซึ่งมีต้น กำเนิดมาจากเทือกเขาหลวงไหลผ่านกลางหมู่บ้าน และมีบ้านเรือนตั้งเรียงรายสองฝั่ง(ASTVผู้จัดการ ออนไลน์, 2556) ความงดงามตามธรรมชาติ และคงวิถีชีวิตที่สุขสงบแบบเครือญาติมีอาชีพทำสวน แบบสวนสมรม คือปลูกต้นไม้พันธุ์ต่างๆ ผสมผสานกัน มีทั้งเงาะ มังคุด ทุเรียน สะตอ ทำให้สามารถ เก็บขายได้ทั้งปี แม้ในอดีตหมู่บ้านแห่งนี้จะประสบภัยพิบัติจากน้ำป่าที่ไหลถาโถมลงมาทำให้ บ้านเรือนพังพินาศมาหลายครั้ง แต่ชาวคีรีวงก็ยังคงปักหลักต่อสู้อยู่ที่นั่นกันอย่างเหนียวแน่น ชาวคีรี วงได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มสหกรณ์ฟื้นฟูหมู่บ้าน และได้เริ่มทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างคนเข้าใจ

ธรรมชาติ มีการบริหารจัดการโดยศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน นำทางนักท่องเที่ยวสู่เขาหลวง จัดระเบียบลูกหาบ มีที่พักแบบโฮมสเตย์ และรวมกลุ่มกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น ทำผ้ามัดย้อม ทูเรียนกวน สบู่มังคุด ฯลฯ จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติละวิถีชีวิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากรายงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด พบว่า หมู่บ้านคีรีวง มีศักยภาพสูงสุดอยู่ในลำดับที่ 9 จากการสำรวจทั้งหมด 473 แหล่ง

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิระนันท์ ทองสมัครและคณะ (2557) ศึกษาเรื่อง ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นความสมดุล ระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งจะเน้นเฉพาะด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แม้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ แต่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาอัตรการเจริญเติบโตที่สามารถจัดการกับข้อจำกัด ของสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ ผลประโยชน์จากเศรษฐกิจการท่องเที่ยวควรจะกระจายทั่วชุมชน โดยคำนึงถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ ที่แต่ละชุมชนดูแล จึงควรศึกษาวิธีที่จะรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งสู่ความยั่งยืน 3 มิติ พร้อมกันคือ มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านสังคม และมิติด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถพิจารณาจากองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 6 ด้านคือ 1) การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาสิ่งแวดล้อมศึกษาในแหล่งท่องเที่ยว 4) การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว 5) การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว และ 6) การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการคิดเชิงระบบ จะสามารถช่วยแสดงการพัฒนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว เป้าหมายส่วนบุคคล และการแข่งขัน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก และขึ้นอยู่กับทรัพยากรเดียวกัน จะสร้างแรงกระตุ้นที่จำเป็นสำหรับการมุ่งมั่นที่จะใช้วิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน และผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกระบวนการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แนวความคิดที่สอดคล้องกับภาครัฐบาล องค์กร ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประโยชน์ในความยั่งยืนอย่างถาวร

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน(2556) ศึกษาเรื่อง ทูทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์:กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก พบว่า ชาวไทยพวน อ.ปากพลี เป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์และมีทุนทางสังคมที่น่าสนใจ อีกทั้งมีระบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์และวัฒนธรรม เกิดความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วม มีการต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ สอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติ ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยแท้ดั้งเดิม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม เกิดความทรงจำที่ดีและสร้างประสบการณ์ วิถีชีวิตที่บ่งบอกความเป็นมาของบรรพชน องค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น คนในชุมชนเกิดความความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น การรวมกลุ่มเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนที่มีความเข้มแข็ง

ธีระ สิ้นเดชารักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2556) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มากกว่า ร้อยละ 60 มีทัศนคติที่ดีและเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ การคาดหวังให้แหล่งท่องเที่ยวคงเอกลักษณ์ของตนเองไว้ การชอบที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และเชื่อว่าการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาชุมชนได้จริง รวมไปถึงการมีความรู้สึกผูกพันต่อบุคคล สถานที่ หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ด้านของการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจที่ผิดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะประเด็นที่ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อหาแรงบันดาลใจในการทำงานเป็นหลักกับเป็นการท่องเที่ยวที่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน แม้ว่าเขาเหล่านั้นจะมีความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านได้ รวมถึงเป็นการเที่ยวที่ใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชนนั้น ๆ การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ พบว่า มีความพร้อมอย่างมากที่จะสนับสนุนและจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ เนื่องจากทุกวันนี้ร้านสุเทพสังคโลกมีการจัดรูปแบบที่สอดคล้องกับการ

ห้องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว อย่างเช่น การชักชวนให้นักท่องเที่ยวลองลงมือทำสังคโลกด้วยตัวเอง ไม่ว่าจะป็นขั้นตอนการปั้นขึ้นรูป หรือการเขียนวาดลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวก็ให้ความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้อย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงพร้อมที่จะสอนวิธีการทำเครื่องสังคโลกให้กับคนในชุมชนรอบข้าง เพื่อให้พวกเขาเกิดรายได้โดยสุจริต นอกจากนี้กำลังดำเนินการสร้างพิพิธภัณฑ์เครื่องสังคโลกขึ้นมา เป็นเรือนไทยสวยงาม โดยวางแผนไว้ว่าภายในจะมีเครื่องสังคโลกที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก (Limited Edition) เพื่อให้ผู้สนใจและนักท่องเที่ยวได้เข้าชม รวมถึงตั้งใจจะเก็บไว้เพื่อให้ลูกหลานในรุ่นต่อไปได้เห็น ขณะเดียวกัน ปัญหา คือ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยเห็นคุณค่าความสำคัญของสังคโลกน้อยลงอย่างมาก โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเน้นสินค้าที่ราคาถูก แต่มองข้ามคุณค่าที่อยู่ภายในสิ่งนี้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะซื้อเครื่องสังคโลกที่มีราคาถูกจากการผลิตโดยโรงงาน มากกว่าที่จะยอมซื้อสินค้าที่ราคาสูงกว่า แต่เป็นงานที่ทำมาด้วยความตั้งใจ หากเป็นเช่นนี้ต่อไป ก็จะทำให้ผู้ผลิตเริ่มท้อแท้ รวมถึงอาจขาดคนสานต่อ สังคโลกก็อาจสูญหายไปตามกาลเวลา อีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ คนในชุมชนไม่มีความสนใจที่จะทำสังคโลก การจะจัดตั้งให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตั้งเป็นแหล่งสังคโลกคงเป็นไปได้ยากมาก คงมีเพียงทางเดียว นั่นคือด้วยยุคสมัยปัจจุบันเมื่อทุนนิยมเข้าครอบงำ เงินย่อมเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าคุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นมายาวนาน ดังนั้นการสร้างค่านิยม ปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและใส่ใจกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติตนน่าจะเป็นเพียงวิธีเดียวที่ทำได้

ชนินทร์ อยู่เพชร(2556) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อศึกษาลักษณะประโยชน์และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อที่จะเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการผลักดันสร้างเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป ด้านลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่านักท่องเที่ยวจะเข้ามาร่วมเยี่ยมชมและเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมที่สำคัญในชุมชน รวมทั้งมีการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและเข้าร่วมด้านประเพณีวัฒนธรรม อายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเข้าร่วมและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาชีพและระดับรายได้มีผลต่อวัตถุประสงค์และการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกด้วย ด้านประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเล็งเห็นประโยชน์จากการที่ได้แบ่งปันความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่ผู้อื่นมากที่สุด กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ที่แตกต่างกัน ผลต่อทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันด้วย กลุ่มอาชีพและระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ที่แตกต่างกันด้วย ด้านปัจจัยที่มีผลต่อ

การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความสะอาด ความสะอาด และความปลอดภัย ในการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด และกลุ่มอายุ อาชีพและระดับรายได้ที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อทัศนคติต่อด้านสภาพแวดล้อม และ เช่น ความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งคำแนะนำในการท่องเที่ยวและสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่แตกต่างกันด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นให้มีความสะอาด ความปลอดภัย และการเข้าไปถึงอย่างสะดวก ทั้งนี้ชุมชนในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมได้มากขึ้น

ห่าวหาญ ทวีแสง(2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจนวก เทศบาลนครยะลา เพื่อศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจนวก เทศบาลนครยะลา ศึกษาความคิดเห็นของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำสมาคมกเขาชาวเสียงภาคใต้ ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงนกเขาชาวเสียง ต่อการมีส่วนร่วมและศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจนวก เทศบาลนครยะลา ศึกษาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเข้าร่วมมหกรรมแข่งขันนกเขาชาวเสียง ศูนย์กลางเศรษฐกิจนวก เทศบาลนครยะลา และกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจนวก เทศบาลนครยะลา พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อชมการแข่งขันนกเขาชาวเสียง เดินทางมาด้วยตนเอง จำนวน 2-3 คน ด้วยพาหนะรถยนต์ส่วนบุคคลเดินทางจากบ้านมาเที่ยว เดินทาง 2-3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก 201-500 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ 501-1,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ รับประทานข้อมูลผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ รองลงมาจากเพื่อนและญาติ นอกเหนือจากนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง แต่หากเดินทางไปส่วนใหญ่จะเดินทางไปมัสยิดกลางจังหวัดยะลา รองลงมาคือวัดข้างให้จังหวัดปัตตานี สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ภาพรวมของความสำเร็จของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับมาก และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมี อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถจัดเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านบุคลากร ราคา กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะกายภาพ และการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกือบทุกรายการส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งระดับ

การศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดส่วนใหญ่มีความแตกต่างทางสถิติ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สงกรานต์ เขื่อนธนะ(2556) ศึกษาเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่าจันทวน เพื่อศึกษาศักยภาพของพื้นที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จันทวน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวกิจกรรมปลูกต้นไม้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาที่พักแรมมีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค เช่น ถนน น้ำ ไฟฟ้า ห้องสุขา สถานปฐมพยาบาล ที่เหมาะสมและกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จันทวน ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในพื้นที่นี้วัฒนธรรมชาติเป็นอย่างมากด้านกิจกรรมก็สามารถพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พึงตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีความรับผิดชอบในการร่วมรักษา

อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม พบว่า ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้แก่ ด้านคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ นักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชนเผ่ามีความน่าสนใจ มีความโดดเด่นด้านภาษาและประเพณีที่สำคัญของชนเผ่า มีค่านิยมเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชนเผ่าที่น่าสนใจ ด้านกายภาพของพื้นที่มีศักยภาพมาก โดยพบว่าถนนเชื่อมเส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพดี และลักษณะของภูมิประเทศทำให้ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพปานกลาง โดยพบว่า มีการจัดบริการทางการท่องเที่ยวไว้ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีสถานที่จอดรถ ร้านอาหาร และการจัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกของชนเผ่าแก่นักท่องเที่ยว ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพมาก โดยพบว่า มีภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมชนเผ่าที่โดดเด่น ด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่มีศักยภาพปานกลาง โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมเสมือนกับเป็นคนในชนเผ่า และสามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์(2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า จังหวัดเชียงใหม่ที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ ชันโตกอาหารพื้นบ้านล้านนาและการทำร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงรายที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ การทำเครื่องปั้นดินเผาและการชงชาจีนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ การแต่งกายของชาวไทใหญ่และการทำปานขอย ขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า ขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจมากที่สุดคือ การรับฟังการบรรยายประวัติความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมสนใจรองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 องค์ประกอบคือ 1. คนในชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว 2. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น 3. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน 4. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ 5. นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ลักษณะคือ 1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2. การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ 3. การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก 4. นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ 5. การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมี 5 ขั้นตอนคือ 1. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2. การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูล 3. การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4. การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ 5. การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2556) ได้มอบให้ บจก.อินฟอริเมชัน โพรวายเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ ทำการศึกษาเรื่อง โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำชุดข้อมูล ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ให้ภาคธุรกิจพัฒนาต่อยอด หรือสร้างกิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อสนองกลุ่มตลาดที่มีความต้องการและพฤติกรรมตามแนวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโครงการจัดทำแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ/หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าเพศชาย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.00 และร้อยละ 41.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ทั้งนี้นักท่องเที่ยวในวัยนี้มีความต้องการอิสระ ใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยว และต้องการหาประสบการณ์การใช้ชีวิต กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสด นิยมท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับ



การศึกษาที่ระบุว่า เมื่อ บุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-30,000 บาท รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้รวมกันมีสัดส่วนมากกว่า ร้อยละ 80 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมา เป็นกลุ่มอาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา มีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางที่สำคัญที่สุด คือ เพื่อมาท่องเที่ยวพักผ่อนสวดคล้องกับการศึกษา ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้คนเราเกิดภาวะตึงเครียด และต้องการหาเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มากกว่ามา กับบริษัททัวร์ และมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท ทั้งนี้ อาจเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก และชาวบ้านที่เป็นเจ้าของโฮมสเตย์ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อเป็นอาชีพหลัก ระยะเวลาในการท่องเที่ยวค้างคืน 2 คืน อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความประทับใจในเอกลักษณ์และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีความต้องการระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจลักษณะกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ปี 2550 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ระบุว่าในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมพักค้างคืนในต่างจังหวัด กิจกรรมที่สนใจ คือ ศาสนสถาน/วัด มากที่สุด รองลงมา คือพิพิธภัณฑ์ งานประเพณี/เทศกาล ตลาดน้ำ และ งานฝีมือ/หัตถกรรม ปัจจุบัน/แรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ 1.เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง 2. นักท่องเที่ยวชอบและสนใจด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม 3. นักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่นั้นๆ 4. นักท่องเที่ยวได้รับคำแนะนำหรือการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก (Word of Mouth) 5. นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยว/ใช้บริการแล้วประทับใจ สื่อที่รับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว คือ โทรทัศน์ เพื่อน/ญาติ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร คู่มือท่องเที่ยว น.ส.พ. วิทย์ ททท. บริษัทนำเที่ยว ปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทาง คือ ข้อจำกัดด้านเวลาทั้งของตนเอง และของเพื่อนร่วมทาง (วันว่างยังไม่ตรงกัน) ข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ (ค่าใช้จ่าย) โดยเฉพาะในส่วนของงบประมาณที่มีอยู่ไม่สามารถพาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการได้ ข้อจำกัดด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป และข้อจำกัดด้านสุดท้ายเป็นข้อจำกัดด้านกายภาพ เช่น ไม่แข็งแรง เดินทางไกลไม่ได้ เป็นต้น พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและยังส่งผลต่อการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ลดลง ผู้คนจะมองหาความบันเทิงจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าจากสื่อโทรทัศน์ การพัฒนาการสื่อสารที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในทศวรรษหน้า จะเป็นการพัฒนาโดยการนำแนวคิดใหม่ๆ (Innovative Idea) เข้ามาใช้ในการสื่อสารแบบดั้งเดิม และเมื่อมนุษย์แสวงเทคโนโลยีมากขึ้นจนถึงระดับหนึ่งจะเกิดความต้องการเรื่องราว (Content) มากขึ้น เกิดการผสมผสานระหว่าง “เรื่องราวในอดีต” กับ เทคโนโลยีในปัจจุบันมากขึ้น แนวโน้มของพฤติกรรมที่กำลังเปลี่ยนแปลง พบว่า เพศชายมีแนวโน้มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และศึกษามากกว่าเพศหญิง ขณะที่วัยรุ่นและกลุ่มคนเกษียณอายุใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และศึกษามากกว่ากลุ่มคนทำงาน นอกจากนี้ มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยว ใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมอื่นๆ ที่ตนเองชื่นชอบ นอกเหนือไปจากการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ เชิงวิถีชีวิต

ชนบท แบบโฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงเทศกาลประเพณี และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยุค

แพรวพโยม พัวเจริญ(2554) การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว พบว่า คนไทยส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมทาง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละกิจกรรมพบว่าในทุกกิจกรรมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก แต่มีเพียงกิจกรรม การเยี่ยมบ้านหมอลำเพลงโคราชที่อยู่ในระดับปานกลางโดยกิจกรรม การจัดแสดงพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับเพลงโคราชมีระดับความต้องการอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือกิจกรรมการให้บริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายของเพลงโคราชเพื่อให้นักท่องเที่ยวสวมใส่และได้ถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก อันดับที่ 3 มี 2 กิจกรรมที่มีระดับความต้องการอยู่ในระดับเดียวกัน คือ การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช และการจัดให้มีเพลงโคราชเข้ามาอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยว อันดับที่ 4 ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน การแสดงเพลงโคราช อันดับที่ 5 ให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกร้องเพลงโคราช อันดับที่ 6 จัดให้มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับเพลงโคราช อันดับที่ 7 จัดทำรูปแบบเกมส์เกี่ยวกับเพลงโคราช อันดับที่ 8 ให้เพลงโคราชมีส่วนร่วมในการประชุมสัมมนา อันดับที่ 9 จัดให้มีกิจกรรมการเยี่ยมบ้านหมอลำเพลงโคราช

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ผู้ศึกษาได้สรุปปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| ผู้ศึกษา/เรื่อง   | ปัจจัยที่ศึกษา   |
|---|--|
| จิระนันท์ ทองสมัครและคณะ/ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช (2557) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</li> <li>2. ขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรม ทักษะและความรู้ของชุมชน ผู้นำชุมชน</li> <li>3. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว</li> <li>4. ความปลอดภัยในชุมชน</li> <li>5. ความสะอาดของสถานที่</li> <li>6. การจัดการของเสีย</li> <li>7. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว</li> <li>8. ผลกระทบกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>9. ความพร้อมของน้ำ</li> <li>10. การกระจายรายได้ในชุมชน</li> <li>11. โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยว</li> </ol> |

| ตารางที่ 2.5 (ต่อ)  | ปัจจัยที่ศึกษา   |
|---|--|
|   | เชิงสร้างสรรค์   |
| <p>สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน/ทุนทางสังคม กับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์:กรณีศึกษา ชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก (2556)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์และวัฒนธรรม</li> <li>2. เกิดความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน</li> <li>3. เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วม</li> <li>4. ต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่</li> <li>5. ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์</li> <li>6. สอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม</li> <li>7. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติ</li> <li>8. ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว</li> <li>9. การเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยแท้ดั้งเดิม</li> <li>10. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม</li> <li>11. เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง</li> <li>12. การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง</li> <li>13. จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม</li> <li>14. เกิดความทรงจำที่ดีและสร้างประสบการณ์</li> <li>15. วิถีชีวิตที่บ่งบอกความเป็นมาของบรรพชน</li> <li>16. องค์กรความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น</li> <li>17. คนในชุมชนเกิดความความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น</li> <li>18. คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น</li> <li>19. การรวมกลุ่มเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนที่มีความเข้มแข็ง</li> </ol> |
| <p>ภูริวัจน์ เดชอุ้ม/การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย (2556)</p>                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพ ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจัง</li> <li>2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่</li> <li>3. นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ</li> <li>4. ได้รับประสบการณ์จริงจากการมีส่วนร่วม</li> <li>5. นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวัน ของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น</li> <li>6. ความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมพื้นบ้าน</li> <li>7. ต้องการอยากเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ได้ไปเยือน</li> </ol>   |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง  | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|--|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>8. การปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่น</li> <li>9. การได้รับประสบการณ์จริงจากการเดินทางท่องเที่ยว</li> <li>10. วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ดึงดูดให้เกิดการเดินทาง</li> <li>11. คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน</li> <li>12. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน</li> <li>13. การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง</li> <li>14. นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว</li> <li>15. ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวสอดคล้องกับภูมิสังคมของท้องถิ่น การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม</li> </ol> |
| <p>ชรินทร์ อยู่เพชร/การศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(2556)</p> <p>ตารางที่ 2.5 (ต่อ)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การเข้าถึงอย่างสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว</li> <li>2. ความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว</li> <li>3. คำแนะนำในการท่องเที่ยวและสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว</li> <li>4. เน้นประสบการณ์จริงและเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว</li> <li>5. การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว</li> <li>6. การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป</li> </ol>  |
| <p>สงกรานต์ เชื้อนธนะ/การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ลุ่มน้ำว้าจังหวัดน่าน (2556)</p>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความปลอดภัยในการเดินทาง</li> <li>2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล</li> <li>3. คุณภาพของถนนสามารถใช้ได้ตลอดปี</li> <li>4. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง</li> <li>5. ความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว</li> </ol>   |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง           | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|---------------------------|---|
| <p>ตารางที่ 2.5 (ต่อ)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>6. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติและ/หรือ สภาพดั้งเดิม</li> <li>7. คุณค่าหรือเอกลักษณ์พิเศษเชิงการท่องเที่ยว</li> <li>8. มีคุณค่าเชิงวิทยาการและการศึกษา</li> <li>9. ความกลมกลืนกับธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือ สิ่งแวดล้อม</li> <li>10. แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ</li> <li>11. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน</li> <li>12. ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้</li> <li>13. ความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม</li> <li>14. ความผูกพันต่อท้องถิ่น</li> <li>15. เปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ด้วยความยินดี</li> <li>16. ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ</li> <li>17. ทศนียภาพที่สวยงาม</li> <li>18. การจัดการคุณภาพเสียง</li> <li>19. ปราศจากเสียงรบกวน</li> <li>20. ห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรม ชุมชนเมืองหรือกิจกรรมที่เสียงดัง</li> <li>21. มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอ และเหมาะสม</li> <li>22. มีป้ายเตือนทิ้งขยะให้ถูกที่</li> <li>23. การออกแบบภาชนะรองรับขยะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม</li> <li>24. อากาศปราศจากฝุ่นและควัน</li> <li>25. ไม่มีกลิ่นฟุ้งกระจายและสร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว<br/>จำจากการท่องเที่ยว</li> <li>27. ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว</li> <li>28. ความพึงพอใจในบริการ</li> <li>29. ความพึงพอใจในการบริหารจัดการ</li> <li>30. ความพึงพอใจในความสะอาดและปลอดภัย</li> <li>31. ความพึงพอใจในมิตรไมตรีจากชุมชนท้องถิ่น</li> <li>32. การมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>33. การได้ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน</li> <li>34. การบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว</li> <li>35. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม</li> <li>36. มีการจัดตั้งกลุ่ม / องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยว</li> <li>37. มีกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น</li> <li>38. ป้ายอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว</li> </ol> |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง   | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|---|---|
|   | 39. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ<br>40. มีเจ้าหน้าที่ดูแลเพียงพอ และดูแลทั่วถึง<br>41. การติดตั้งป้าย สัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม<br>42. มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย<br>43. มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาล<br>44. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว<br>45. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่  |
| หัวหน้าวิทยุ ทวีแสง/การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจนก เทศบาลนครยะลา(2555) | 1. การจัดสถานที่ท่องเที่ยวมีสวยงามและมีความเป็นระเบียบ<br>2. การรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว<br>3. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม<br>4. ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย<br>5. สินค้าที่ระลึกของที่ระลึกบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์<br>6. สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย<br>7. ความสะดวกในการเดิน<br>8. กิจกรรมมีความหลากหลาย  |
| ตารางที่ 2.5 (ต่อ)  | 9. ความสะดวกในการเดินทาง<br>10. หางสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ มีสถานที่สำหรับจอดรถ  |
| พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ/การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)(2555)                                | 1. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์เข้าไปมีส่วนร่วมในวิถีทางและประสบการณ์เรียนรู้กับผู้คนในพื้นที่<br>2. การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว<br>3. นักท่องเที่ยวเข้าไปปฏิสัมพันธ์หรือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น<br>4. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม<br>5. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจริงจังใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์<br>6. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีฐานมาจากองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น<br>7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากการฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคนในชุมชน |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง   | ปัจจัยที่ศึกษา   |
|---|--|
|   | 8. นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมและเรียนรู้ประสบการณ์ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน<br>9. นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับชุมชนในท้องถิ่น ได้รับความรู้ประสบการณ์ช่วยเพิ่มความชำนาญให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย   |
| ชีระ สินเดชารักษ์ และนาฬิกาอติภักดิ์<br>แสงสนิท/ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย (2555)<br>ตารางที่ 2.5 (ต่อ) | 1. ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ<br>2. ความตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม<br>3. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม<br>4. มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม<br>5. มีกระบวนการนำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว<br>6. ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม<br>รมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน<br>8. การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน<br>9. ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้นักท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน<br>10. การเข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในพื้นที่ท่องเที่ยว<br>11. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนไปพร้อมกัน<br>12. ก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว |
| ภัยมณี แก้วสง่าและนิศาชล จำนงศรี/<br>การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ :<br>ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย<br>(2555)   | 1. การท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว<br>2. สินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว<br>3. การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์”<br>4. นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน<br>5. และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประจำวัน<br>6. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการ   |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง   | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|---|---|
|   | <p>ห้องเที่ยวยุบรวมกับชุมชนท้องถิ่น</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง</li> <li>8. มีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรม</li> <li>9. กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น</li> <li>10. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว</li> <li>11. กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและมีรูปแบบที่ชัดเจน</li> </ol>  |
| <p>ตารางที่ 2.5 (ต่อ)</p>   | <p>ร่ำข่าวสารการท่องเที่ยว ผ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เบบลวและอินเทอร์เน็ต</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. การท่องเที่ยวสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับในท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น</li> <li>14. กิจกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้และกิจกรรมที่เกิดจากการทดสอบหรือทดลองปฏิบัติหรือการลงมือทำในสถานที่จริง</li> <li>15. การสร้างสรรค์การท่องเที่ยวตามลักษณะทรัพยากรที่ปรากฏในท้องถิ่น</li> <li>16. ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่ นักท่องเที่ยว</li> </ol> <p>เครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> |
| <p>สมพงษ์ อำนวยเงินตรา/การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (2555)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่</li> <li>2. มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ประสบการณ์จริงในวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่</li> <li>3. เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาได้จากการเดินทางด้วยตนเอง</li> <li>4. มีส่วนร่วมในกิจกรรมเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความประทับใจ</li> </ol> <p>กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่</p>  |
| <p>วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์/การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้</p>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายประวัติความเป็นมาของชุมชน</li> <li>2. การให้ความสนใจกับกิจกรรมในชุมชน</li> <li>3. การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน</li> </ol>  |



| ผู้ศึกษา/เรื่อง  | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|--|---|
| <p>เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2554)<br/>ตารางที่ 2.5 (ต่อ)</p>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. การสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน</li> <li>5. การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน</li> <li>6. การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนจะทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกันอย่างใกล้ชิด</li> <li>7. เน้นการได้รับความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์</li> <li>8. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนกับคนในชุมชน โดยมีปฏิสัมพันธ์กับโดยใกล้ชิด มีการสร้างผลงานรวมกันกับคนในชุมชน</li> </ol>   |
| <p>อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์/<br/>แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br/>ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม<br/>(2554)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน</li> <li>2. ความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน</li> <li>3. หลักฐานทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชนทำให้สามารถเข้าใจประวัติศาสตร์ของชุมชนได้มากขึ้น</li> <li>4. ความโดดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรม</li> <li>5. ความงดงามทางด้านศิลปกรรมและหัตถกรรม</li> <li>6. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน</li> <li>7. ความน่าสนใจของกิจกรรมภายในชุมชน</li> <li>8. สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก</li> <li>9. ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ</li> <li>10. ถนนเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพที่ดี</li> <li>11. ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก</li> <li>12. เส้นทางบริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพที่ดี</li> <li>13. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</li> <li>14. มีบริการห้องน้ำสาธารณะ</li> <li>15. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว</li> <li>16. มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว</li> <li>17. มีที่จอดรถ</li> <li>18. มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก</li> <li>19. มีถึงขยะในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>20. มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ</li> <li>21. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน</li> <li>22. มีป้ายสื่อความหมาย</li> <li>23. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง</li> </ol> |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง  | ปัจจัยที่ศึกษา   |
|--|--|
|  | 24. แหล่งท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว<br>25. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง<br>26. นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกันกับคนในชุมชนเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน<br>27. การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง<br>28. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์<br>29. มีการจัดมุมประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้บอกความรู้สึกที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชน<br>30. สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปใช้ในชีวิตประจำวันได้   |
| แพรวพโยม พัวเจริญ/การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน (2554) | 1. ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการกิจกรรม<br>2. จัดให้มีร้านขายของที่ระลึก   |
| สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ/ท่องเที่ยวสร้างสรรค์: เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน(2554)<br><br>ตารางที่ 2.5 (ต่อ)                         | 1. การท่องเที่ยวสร้างความสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน<br>2. กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม<br>3. เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม<br>4. ชุมชนต้องมีความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและ/หรือ ธรรมชาติของตนเอง<br>5. ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง<br>6. สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่<br>7. เกิดความเข้าใจ ความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว<br>8. นำประสบการณ์ดังกล่าวไปปรับใช้กับหน้าที่การงานของตนเอง |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง  | ปัจจัยที่ศึกษา   |
|--|--|
|  | 9. ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ<br>10. มีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว<br>11. ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน<br>12. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน   |
| วิชานันท์ ผ่องศรี และ สมพงษ์ ธิงไชย/การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการพื้นที่ อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี(2550) | 1. ความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว<br>2. ความสามารถรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นได้<br>3. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย<br>4. ความหลากหลายของกิจกรรมและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน<br>5. แหล่งท่องเที่ยวความสวยงามที่มีความโดดเด่นและสวยงาม<br>6. การบริการอาหารพื้นเมือง<br>7. การบริการของเจ้าหน้าที่ และการบริการสาธารณะ<br>8. ความเป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก<br>9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว<br>10. การนำเที่ยวของมัคคุเทศก์<br>11. การบริการอินเทอร์เน็ต<br>12. ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า<br>13. ชุมชนมีการรวมกลุ่มเพื่อการท่องเที่ยว |

| ผู้ศึกษา/เรื่อง                                       | ปัจจัยที่ศึกษา  |
|---|---|
| Richards /Creative Tourism and Cultural Events (2550) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น</li> <li>2. องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน</li> <li>3. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ)</li> <li>4. การวางแผนล่วงหน้าในการจัดการท่องเที่ยวและการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>5. การบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา</li> <li>6. วัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น</li> <li>7. มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำแบบใครเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับชุมชน</li> <li>8. ชุมชนมีอิสรภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถานประกอบการและชุมชน</li> <li>9. นักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และ อินเทอร์เน็ต</li> <li>10. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</li> <li>11. ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี</li> <li>12. ความปลอดภัยในพื้นที่ มีเสถียรภาพทางการเมือง ไม่มีการก่อการร้าย</li> </ol> |

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ศึกษาได้นำองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากำหนดปัจจัยในการศึกษา ดัง

แสดงในตารางที่ 2.6 ผู้ศึกษาได้รวบรวมปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีแนวทางในลักษณะการศึกษาล้ายคลึงกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 80 ปัจจัย

ตารางที่ 2.6 สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 |   |
|---|-----------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|--------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|---|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัจน์ (2556) | ชินินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์ภาพร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |   |
| 1. องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน                                   |                       |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 | ✓ |
| 2. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน(ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) |                       |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 | ✓ |
| 3. การบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา                                   |                       |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 | ✓ |
| 4. การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น  |                       |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 | ✓ |
| 5. มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน   |                       |                  |                 |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 | ✓ |
| 6. วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการเดินทาง   |                       | ✓                |                 |                 |                 |                |                      | ✓           |                |               |               |                    |                 |               |                  |                 |   |
| 7. คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือ                                |                       | ✓                |                 |                 |                 |                |                      |             | ✓              |               |               |                    |                 |               |                  |                 |   |

| ปัจจัยที่ศึกษา   | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|--|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|  | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพยอม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| ประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 8. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน |                       | ✓                |                |                 |                 |                |                      | ✓           |                |               | ✓             |                  |                 |               |                  |                 |
| 9. ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า                                   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               | ✓                |                 |
| 10.ความปลอดภัยในการเดินทาง   | ✓                     |                  | ✓              |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 11.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 12.ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               | ✓                |                 |               |                  |                 |
| 13.คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน   | ✓                     |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               | ✓                |                 |               |                  | ✓               |
| 14.ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น                                 |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               | ✓                |                 | ✓             |                  | ✓               |
| 15.มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               | ✓                |                 |               |                  |                 |
| 16.อากาศปราศจากฝุ่นและควัน   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 17.ความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา   | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|--|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|-----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|  | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักย์มณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 18.การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                 |               |               | ✓                |                 |               |                  |                 |
| 19.การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ | ✓                     | ✓                |                |                 | ✓               |                |                      |             | ✓               |               | ✓             | ✓                | ✓               |               |                  |                 |
| 20.มีการจัดมุมประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้บอกความรู้สึกที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชน  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             | ✓               |               | ✓             | ✓                |                 |               |                  |                 |
| 21.ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน   |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |                 |               | ✓             |                  |                 |               |                  |                 |
| 22.สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป                |                       |                  | ✓              |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 23.สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               |                  |                 | ✓             |                  |                 |
| 24.สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                |                 | ✓             |                  |                 |



| ปัจจัยที่ศึกษา   | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |              |                      |             |              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|--|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|--------------|----------------------|-------------|--------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|  | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | หำหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภัณณิ (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานได้                     |                       |                  |                |                 |                 |              |                      |             |              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 25.มีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว |                       |                  |                |                 | ✓               |              |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               |                  |                 |
| 26.ระบบน้ำประปาสำหรับอุปโภค บริโภค สะอาดเพียงพอและทั่วถึง            | ✓                     |                  |                |                 | ✓               |              |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |
| 27.สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ       |                       |                  |                |                 | ✓               |              |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |
| 28.ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง                       |                       |                  |                |                 | ✓               |              |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |
| 29.มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ                                       |                       |                  |                |                 |                 | ✓            |                      |             |              |               |               |                  |                 |               | ✓                |                 |
| 30.ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ        |                       |                  |                |                 | ✓               | ✓            |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |
| 31.มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ดูแลเพียงพอและดูแลทั่วถึง              |                       |                  |                |                 | ✓               |              |                      |             | ✓            |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |
| 32.มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน             |                       |                  |                |                 |                 |              |                      |             |              |               |               | ✓                |                 |               | ✓                |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               |                    |                 |               |                  |                 |
|---|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|-----------------|---------------|---------------|--------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักย์มณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์ภาพร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 33.มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสา<br>ธารณภัย   |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                 |               |               |                    |                 |               |                  |                 |
| 34.มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสาร<br>เผยแพร่ให้ข้อมูล                          |                       |                  |                |                 | ✓               |                |                      |             |                 |               |               |                    |                 |               |                  |                 |
| 35.สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้<br>สะดวก                                   |                       |                  | ✓              |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 36.ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มี<br>ปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ                   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 37.ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่ง<br>ท่องเที่ยวได้สะดวก                              |                       |                  | ✓              |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 38.มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 39.มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 40.การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน<br>สามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง              |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                 |               |               | ✓                  |                 |               |                  |                 |
| 41.มีการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน<br>หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบบลิว อินเทอร์เน็ตและ |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             | ✓               |               |               |                    |                 |               |                  | ✓               |

| ปัจจัยที่ศึกษา   | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|--|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|  | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพยอม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| สื่อเชิงสังคม  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 42.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างการกระจายรายได้ในชุมชน  | ✓                     |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 43.โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | ✓                     |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 44.การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง   |                       | ✓                |                |                 |                 |                |                      |             | ✓              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 45.ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  | ✓               |
| 46.ชุมชนมีการต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 47.กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |                |               | ✓             |                  |                 |               |                  |                 |
| 48.จัดกิจกรรมส่งเสริมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             | ✓              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|---|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|---------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักดิ์ (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพยอม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 49.ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 50.กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม                          |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      | ✓           |               |               |               |                  |                 | ✓             |                  |                 |
| 51.ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง      |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 | ✓             |                  |                 |
| 52.การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง   |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 53.คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 54.คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น  |                       |                  |                | ✓               |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 55.กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ |                       | ✓                |                | ✓               |                 |                | ✓                    |             | ✓             | ✓             |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 56.นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ   |                       | ✓                |                | ✓               |                 |                |                      |             |               |               |               |                  |                 |               |                  |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|---|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 57.นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น  |                       | ✓                |                |                 |                 |                | ✓                    |             | ✓              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 58.เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาได้จากการเดินทางด้วยตนเอง   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                | ✓             |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 59.การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม  | ✓                     |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 60.การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว  |                       |                  | ✓              |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 61.การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว |                       |                  | ✓              |                 |                 |                | ✓                    |             | ✓              | ✓             |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 62.การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น  |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  |                 |               | ✓                |                 |
| 63.ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย  |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 64.ความเป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก  |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               | ✓                |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา   | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|--|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|  | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพยอม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 65.สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์   |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  | ✓               |               |                  |                 |
| 66.สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย  |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  | ✓               |               |                  |                 |
| 67.กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายสอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่น   |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 68.การอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบริษัททัวร์   |                       |                  |                |                 |                 | ✓              |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 69.เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์        |                       |                  |                |                 |                 |                | ✓                    |             |                |               |               |                  |                 | ✓             |                  |                 |
| 70.การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว |                       |                  |                |                 |                 |                | ✓                    |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 71.กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของตัวเองดั้งเดิม              |                       |                  |                |                 |                 |                | ✓                    |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |               |                      |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|---|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------|----------------------|-------------|----------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้าหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภักยมณี (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพยอม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| 72.กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์                   |                       |                  |                |                 |                 |               | ✓                    |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 73.กิจกรรมการท่องเที่ยวมีฐานมาจากองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น                       |                       |                  |                |                 |                 |               | ✓                    |             |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 74.กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่                              |                       |                  |                |                 |                 |               |                      |             |                | ✓             |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 75.ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม                                |                       |                  |                |                 |                 |               |                      | ✓           |                |               |               |                  |                 | ✓             |                  |                 |
| 76.การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน |                       |                  |                |                 |                 |               |                      | ✓           |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 77.ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน                             |                       |                  |                |                 |                 |               |                      | ✓           |                |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 78.ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการนำเสนอ                 |                       |                  |                |                 |                 |               |                      |             |                | ✓             |               |                  |                 |               |                  |                 |

| ปัจจัยที่ศึกษา  | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |                  |                |                 |                 |                |                      |             |              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
|---|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-------------|--------------|---------------|---------------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
|   | จิระนันท์ (2557)      | ภูริวัฒน์ (2556) | ชนินทร์ (2556) | สุภาภรณ์ (2556) | สงกรานต์ (2556) | ห้วงหาญ (2555) | พิมพ์พิสุทธิ์ (2555) | ธีระ (2555) | ภัณณิ (2555) | สมพงษ์ (2555) | วิยะดา (2554) | อาทิตย์พร (2554) | แพรวพโยม (2554) | สุดแดน (2554) | วิชานันท์ (2550) | Richards (2550) |
| สินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว   |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             |              |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 79.เครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             | ✓            |               |               |                  |                 |               |                  |                 |
| 80.กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและมีรูปแบบที่ชัดเจน               |                       |                  |                |                 |                 |                |                      |             | ✓            |               |               |                  |                 |               |                  |                 |



## 2.6 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกาจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งจะนำผลการศึกษาที่ได้ผ่านกระบวนการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อค้นหาปัจจัยที่สามารถนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

ผู้ศึกษาจะสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวโดยกำหนดตัวแปรส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอันประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้ต่อเดือน จังหวัดที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว อันประกอบด้วย วัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ลักษณะของที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เส้นทางการเดินทาง ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทาง สินค้าที่ระลึกที่ซื้อ ช่องทางการรับทราบข้อมูล

จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ ทดสอบสมมุติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้เพื่อ ประกอบด้วย โดยใช้สถิติ t-Test และ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อหาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวทางการ

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช ดังแผนภาพที่ 2.5



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนด “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ให้เหมาะกับพื้นที่ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่เหมาะสมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผ่านกระบวนการศึกษาวิจัย ผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 การกำหนดประชากร
- 3.3 ขนาดตัวอย่างและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ รายงานการประชุมวิชาการ หนังสือ บทความ เว็บไซต์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยอาจจะพักค้างแรมหรือไม่พักค้างแรมก็ได้

#### 3.2 การกำหนดประชากร

เนื่องจาก ไม่มีการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยจึงใช้สูตรทางสถิติในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.3 ขนาดตัวอย่างและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้สูตรของ W.G. Cochran

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่างๆในจังหวัดนครศรีธรรมราช

### 3.4 เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

**3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ** คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ซึ่งต้องการสินค้าด้านการบริการท่องเที่ยว (Demand Side) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม สอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวงจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งได้เป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ลักษณะของที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทาง สินค้าที่ระลึกที่ซื้อ ช่องทางการรับทราบข้อมูล โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ลักษณะคำถามจะเป็นเลือกตอบตามรายการ และลักษณะคำถามจะเป็นมาตรวัดอันตรภาค (Interval scale) ตามวิธีวัดของ Important Scale 5 ระดับ คือ

|   |         |           |
|---|---------|-----------|
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มาก       |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง   |

|   |         |            |
|---|---------|------------|
| 2 | หมายถึง | น้อย       |
| 1 | หมายถึง | น้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended)

ทั้งนี้ข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดอันตรภาค (Interval scale) ตามวิธีวัดของ Important Scale 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าในการวัด และเทียบผลการวัดกับมาตราส่วนประมาณค่า (Important Scale) ดังนี้

|                          |         |            |
|--------------------------|---------|------------|
| ระดับค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 | หมายถึง | มากที่สุด  |
| ระดับค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 | หมายถึง | มาก        |
| ระดับค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 | หมายถึง | ปานกลาง    |
| ระดับค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 | หมายถึง | น้อย       |
| ระดับค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 | หมายถึง | น้อยที่สุด |

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list)

### 3.5 การจัดทำข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อได้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาโดยการตรวจสอบผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มารวบรวม ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นลงรหัสข้อมูล และบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ

3.5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.5.2.2 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการลดจำนวนตัวแปร โดยการรวมตัวแปรหลาย ๆ ตัวให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน องค์ประกอบที่ได้ถือเป็นตัวแปรใหม่ โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด 80 ตัวแปร ซึ่งจะต้องมีค่าความเหมาะสมของข้อมูล KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) โดยค่า KMO ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.05 และเข้าใกล้ 1 จึงถือว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis ) และมี ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ(Factor Loading) ที่ใช้พิจารณาว่าควรมีตัวแปรใดบ้างที่ควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ตั้งแต่ 0.06 ขึ้นเป็น จากนั้นผู้วิจัยใช้สถิติและหาค่าความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่า p-value ที่ 0.05 เพื่อหาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Content Analysis) ที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำผลวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชการซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อสุดท้ายของการศึกษาวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 ผลการศึกษาระดับสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.4 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.6 การทดสอบสมมุติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลข้อมูลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ มีดังนี้

|           |     |                                 |
|-----------|-----|---------------------------------|
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย                       |
| $S.D.$    | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน             |
| t         | แทน | การทดสอบค่าที (t-test)          |
| F         | แทน | การทดสอบค่าเอฟ (F-Test)         |
| *         | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |

4.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน จำแนกตามปัจจัยส่วน

บุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้ จังหวัด ที่อยู่อาศัยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

|               |                  | (N=400) |        |
|---------------|------------------|---------|--------|
| ข้อมูลทั่วไป  |                  | จำนวน   | ร้อยละ |
| เพศ           | ชาย              | 135     | 33.75  |
|               | หญิง             | 265     | 66.25  |
| อายุ          | ต่ำกว่า 15 ปี    | 20      | 5.00   |
|               | 16-20 ปี         | 127     | 31.75  |
|               | 21-25 ปี         | 70      | 17.50  |
|               | 26-30 ปี         | 55      | 13.75  |
|               | 31-35 ปี         | 75      | 18.75  |
|               | 35 ปีขึ้นไป      | 53      | 13.25  |
| สถานภาพ       | โสด              | 287     | 71.75  |
|               | สมรส             | 104     | 26.00  |
|               | หม้าย            | 4       | 1.00   |
|               | หย่า/แยกกันอยู่  | 5       | 1.25   |
| ศาสนา         | พุทธ             | 328     | 82.00  |
|               | คริสต์           | 12      | 3.00   |
|               | อิสลาม           | 60      | 15.00  |
| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 274     | 68.50  |
|               | ปริญญาตรี        | 124     | 31.00  |
|               | สูงกว่าปริญญาตรี | 2       | 0.50   |

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

|              |                              | (N=400) |        |
|--------------|------------------------------|---------|--------|
| ข้อมูลทั่วไป |                              | จำนวน   | ร้อยละ |
| สถานภาพ      | นักเรียน/นักศึกษา            | 144     | 36.00  |
| การทำงาน     | รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 89      | 22.25  |
|              | พนักงานบริษัทเอกชน           | 57      | 14.25  |
|              | ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว   | 27      | 6.75   |
|              | เกษตรกร                      | 54      | 13.50  |
|              | แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ    | 29      | 7.25   |



|                     |                    |     |       |
|---------------------|--------------------|-----|-------|
| รายได้ต่อเดือน      | น้อยกว่า 5,000 บาท | 163 | 40.75 |
|                     | 5,001-10,000 บาท   | 11  | 2.75  |
|                     | 10,001-15,000 บาท  | 62  | 15.50 |
|                     | 15,001-20,000 บาท  | 104 | 26.00 |
|                     | 20,001-25,000 บาท  | 42  | 10.50 |
|                     | มากกว่า 25,000 บาท | 18  | 4.50  |
| จังหวัดที่อยู่อาศัย | นครศรีธรรมราช      | 105 | 26.25 |
|                     | สงขลา              | 82  | 20.50 |
|                     | พัทลุง             | 43  | 10.75 |
|                     | ปัตตานี            | 40  | 10.00 |
|                     | สุราษฎร์ธานี       | 29  | 7.25  |
|                     | ชุมพร              | 27  | 6.75  |
|                     | กรุงเทพมหานคร      | 24  | 6.00  |
|                     | ตรัง               | 20  | 5.00  |
|                     | สตูล               | 9   | 2.25  |
|                     | พังงา              | 8   | 2.00  |
|                     | กระบี่             | 7   | 1.75  |
|                     | ภูเก็ต             | 6   | 1.50  |

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.25 มีอายุ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมา คือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 71.75 สมรส ร้อยละ 26.00 และหย่า/แยกกันอยู่ ร้อยละ 1.25 และเป็นหม้าย ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ ในส่วนของการนับถือศาสนา ส่วนใหญ่ นับถือ ศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 82.00 ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 15.00 ศาสนาคริสต์ ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 68.50 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.00 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ กลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.25 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 14.25 เกษตรกร ร้อยละ 13.50 แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ร้อยละ 7.25 และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 6.75

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 15.50

ด้านจังหวัดที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมาจาก 12 จังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 26.25 อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช รองลงมา คือ จังหวัดสงขลา คิดเป็นร้อยละ 20.50 จังหวัดพัทลุง ร้อยละ 10.75 จังหวัดปัตตานี ร้อยละ 10.00 จังหวัดสุราษฎร์ธานี ร้อยละ 7.25

จังหวัดชุมพร ร้อยละ 6.75 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 6.00 จังหวัดตรัง ร้อยละ 5.00 จังหวัดสตูล ร้อยละ 2.25 จังหวัดพังงา ร้อยละ 2.00 จังหวัดกระบี่ ร้อยละ 1.75 และจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 1.50

#### 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ลักษณะของที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เส้นทางการเดินทาง จำนวนครั้ง ช่วงเวลาที่เดินทาง สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจในการตัดสินใจ มีรายละเอียดดังนี้

**ตาราง 4.2** จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ ช่องทางการรับทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

| พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| <b>วัตถุประสงค์ในการเดินทาง*</b>          |       |        |
| เยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน                | 47    | 11.75  |
| ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม                       | 23    | 5.75   |
| ซื้อของ/ซื้อปิ้ง                          | 163   | 40.75  |
| ต้องการพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ            | 220   | 55.00  |
| รับประทานอาหารนอกสถานที่                  | 91    | 22.75  |
| เข้าร่วมงานเทศกาล/งานประเพณี              | 23    | 5.75   |
| ทัศนศึกษา/ดูงาน                           | 292   | 73.00  |
| เข้าร่วมประชุม/สัมมนา                     | 38    | 9.50   |
| <b>สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ*</b>      |       |        |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ               | 256   | 64.00  |
| ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ             | 244   | 61.00  |
| หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว                    | 102   | 25.50  |
| ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสีธรรมชาติ               | 168   | 42.00  |

|  |                                       |     |       |
|--|---------------------------------------|-----|-------|
|  | ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากธรรมชาติ     | 91  | 22.75 |
|  | ผลไม้แปรรูป                           | 240 | 60.00 |
|  | อื่นๆ ได้แก่ ผักพื้นบ้าน ผลไม้ในชุมชน | 79  | 19.75 |
| ช่องทางการรับทราบข้อมูล<br>ทางการท่องเที่ยว* | โทรทัศน์/วิทยุ                        | 53  | 13.25 |
|  | เพื่อน/ญาติ                           | 175 | 43.75 |
|  | อินเทอร์เน็ต                          | 191 | 47.75 |
|  | หนังสือพิมพ์/นิตยสาร                  | 119 | 29.75 |
|  | คู่มือท่องเที่ยว                      | 54  | 13.50 |
|  | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย            | 109 | 27.25 |
|  | บริษัทนำเที่ยว                        | 68  | 17.00 |
|  | มหกรรมนิทรรศการไทยเที่ยวไทย           | 105 | 26.25 |

\* เลือกตอบได้มากกว่า 1

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

|                         |                                       | (N=400) |        |
|-------------------------|---------------------------------------|---------|--------|
|                         | พฤติกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง | จำนวน   | ร้อยละ |
| พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง | พาหนะส่วนตัว/รถยนต์                   | 64      | 16.00  |
|                         | รถสองแถวในพื้นที่/รถประจำทาง          | 15      | 3.75   |
|                         | รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์              | 43      | 10.75  |
|                         | รถทัวร์/รถบัส                         | 278     | 69.50  |
| เส้นทางการเดินทาง       | จากบ้านมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง         | 79      | 19.75  |
|                         | ไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อน           | 265     | 66.25  |
|                         | เส้นทางผ่านในการเดินทาง               | 56      | 14.00  |
| จำนวนครั้ง              | มาเป็นครั้งแรก                        | 350     | 87.50  |
|                         | 2 – 3 ครั้ง                           | 37      | 9.25   |
|                         | 4-5 ครั้ง                             | 9       | 2.25   |
|                         | มากกว่า 6 ครั้ง                       | 4       | 1.00   |
| ช่วงเวลาเดินทาง         | เดือนมกราคม – มีนาคม                  | 27      | 6.75   |
|                         | เดือนเมษายน – มิถุนายน                | 6       | 1.50   |
|                         | เดือนกรกฎาคม – กันยายน                | 15      | 3.75   |
|                         | เดือนตุลาคม – ธันวาคม                 | 352     | 88.00  |

|                     |                                     |     |       |
|---------------------|-------------------------------------|-----|-------|
| ลักษณะของการเดินทาง | เดินทางมาด้วยตัวเอง                 | 82  | 20.50 |
|                     | ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว             | 22  | 5.50  |
|                     | หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง | 296 | 74.00 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทาง | เดินทางคนเดียว                      | 15  | 3.75  |
|                     | 2-4 คน                              | 50  | 12.50 |
|                     | 5 – 7 คน                            | 39  | 9.75  |
|                     | 8 – 10 คน                           | 180 | 45.00 |
|                     | 11 คนขึ้นไป                         | 116 | 29.00 |

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

(N=400)

| พฤติกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง        |   | จำนวน                     | ร้อยละ |
|---|---|---------------------------|--------|
| ลักษณะของที่พัก                           | ไม่พักค้างคืน                                     | 173                       | 43.25  |
|   | ที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน                     | 10                        | 2.50   |
|   | รีสอร์ท   | 78                        | 19.50  |
|   | โฮมสเตย์  | 119                       | 29.75  |
|   | วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม                            | 14                        | 3.50   |
|   | ที่พักอุทยานแห่งชาติ/บ้านพักรับรองทางราชการ/เอกชน | 6                         | 1.50   |
|   | สิ่งดึงดูดใจในการตัดสินใจ                         | ต้องการสัมผัสวิถีของชุมชน | 85     |
| ต้องการสัมผัสอากาศและธรรมชาติที่บริสุทธิ์ | 82  | 20.50                     |        |
| การเดินทางสะดวก                           | 62  | 15.50                     |        |
| ต้นทุนในการเดินทางไม่สูงมาก               | 49  | 12.25                     |        |
| ความมีชื่อเสียง                           | 31  | 7.75                      |        |

จากตาราง 4.2-4.3 พบว่า ในส่วนของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาเพื่อ ทักษะศึกษา/ดูงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมา คือ ต้องการพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ ร้อยละ 55.00 ชื้อของ/ช้อปปิ้ง ร้อยละ 40.75 รับประทานอาหารนอกสถานที่ ร้อยละ 22.75เยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน ร้อยละ 11.75 เข้าร่วมประชุม/สัมมนา ร้อยละ 9.50 ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรมและเข้าร่วมงานเทศกาล/งานประเพณีร้อยละ 5.75

ลักษณะของการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับ หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ เดินทางมาด้วยตัวเอง ร้อยละ 20.50 และใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เพียงร้อยละ 5.50

ลักษณะของที่พัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีการพักค้างคืนในหมู่บ้านคีรีวง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือ การเข้าพักโฮมสเตย์ ร้อยละ 29.75 รีสอร์ท ร้อยละ 19.50 วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม ร้อยละ 3.50 ที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 2.50 และที่พักอุทยานแห่งชาติ/บ้านพักรับรองทางราชการ/เอกชน ร้อยละ 1.50

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะ 8 – 10 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ ตั้งแต่ 11 คนขึ้นไป ร้อยละ 29.00 จำนวน 2-4 คน ร้อยละ 12.50 จำนวน 5 – 7 คน ร้อยละ 9.75 และเดินทางคนเดียว เพียงร้อยละ 3.75 เท่านั้น

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถทัวร์/รถบัส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือใช้พาหนะส่วนตัว/รถยนต์ ร้อยละ 16.00 รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์ ร้อยละ 10.75 และรถสองแถวในพื้นที่/รถประจำทาง เพียงร้อยละ 3.75 เท่านั้น

เส้นทางการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อนที่จะเดินทางมายังหมู่บ้านคีรีวง ถึงร้อยละ 66.25 รองลงมาคือ จากบ้านมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงเลย ร้อยละ 9.75 และเป็นเพียงเส้นทางผ่านในการเดินทาง ร้อยละ 14.00

จำนวนครั้งในการเดินทางมายังหมู่บ้านคีรีวง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.25 และ 4-5 ครั้ง ร้อยละ 2.25 มากกว่า 6 ครั้ง เพียงร้อยละ 1.00 เท่านั้น

ช่วงเวลาที่เดินทางมายังหมู่บ้านคีรีวง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือ เดือนมกราคม – มีนาคม ร้อยละ 6.75 เดือนกรกฎาคม – กันยายน ร้อยละ 3.75 และเดือนเมษายน – มิถุนายน ร้อยละ 1.50

สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ร้อยละ 61.00 ผลไม้แปรรูป ร้อยละ 60.00 ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสีธรรมชาติ ร้อยละ 42.00 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากธรรมชาติ ร้อยละ 22.75 หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว ร้อยละ 25.50 และอื่นๆ ได้แก่ ผักพื้นบ้าน ผลไม้ในชุมชน ร้อยละ 19.75

ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาคือ เพื่อน/ญาติ ร้อยละ 43.75 หนังสือพิมพ์/นิตยสาร ร้อยละ 29.75 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 27.25 คู่มือท่องเที่ยว ร้อยละ 13.50 มหกรรมนิทรรศการไทยเที่ยวไทย ร้อยละ 26.25 บริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 17.00 โทรทัศน์/วิทยุ ร้อยละ 13.25

สิ่งดึงดูดใจในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการสัมผัสวิถีของชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 21.25 รองลงมาคือ ต้องการสัมผัสอากาศและธรรมชาติที่บริสุทธิ์ ร้อยละ 20.50 การเดินทาง

สะดวก ร้อยละ 15.50 ต้นทุนในการเดินทางไม่สูงมาก ร้อยละ 12.25 และความมีชื่อเสียงร้อยละ 7.75

#### 4.3 ผลการศึกษาระดับสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 80 ปัจจัย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

|                     |             |                |            |
|---------------------|-------------|----------------|------------|
| ระดับคะแนนความสำคัญ | 4.21 - 5.00 | แสดงว่ามีระดับ | มากที่สุด  |
|                     | 3.41 - 4.20 | แสดงว่ามีระดับ | มาก        |
|                     | 2.61 - 3.40 | แสดงว่ามีระดับ | ปานกลาง    |
|                     | 1.81 - 2.60 | แสดงว่ามีระดับ | น้อย       |
|                     | 1.00 - 1.80 | แสดงว่ามีระดับ | น้อยที่สุด |

สรุปผลการศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชแสดงดังตาราง 4.3

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| ที่ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|-----|---|----------------|------|-----------|
|     |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| 1   | องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน                                    | 3.74           | 0.74 | มาก       |
| 2   | การสร้างความสัมพันธ์อันมากกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน(ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) | 2.23           | 1.04 | น้อย      |
| 3   | มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา                                  | 4.39           | 0.75 | มากที่สุด |
| 4   | การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น   | 4.40           | 0.73 | มากที่สุด |
| 5   | มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน  | 4.38           | 0.74 | มากที่สุด |

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|-----|---|----------------|------|-----------|
|     |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| 6   | วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการ | 4.32           | 0.77 | มากที่สุด |

| ท่องเที่ยว |   |      |      |            |
|------------|---|------|------|------------|
| 7          | คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการตัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน          | 4.35 | 0.77 | มากที่สุด  |
| 8          | มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน                                       | 4.32 | 0.75 | มากที่สุด  |
| 9          | ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า   | 4.38 | 0.77 | มากที่สุด  |
| 10         | ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว   | 4.50 | 0.72 | มากที่สุด  |
| 11         | การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล   | 4.41 | 0.72 | มากที่สุด  |
| 12         | ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว  | 4.40 | 0.74 | มากที่สุด  |
| 13         | คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน   | 4.41 | 0.74 | มากที่สุด  |
| 14         | ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น   | 4.41 | 0.73 | มากที่สุด  |
| 15         | มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม   | 1.80 | 0.68 | น้อยที่สุด |
| 16         | อากาศปราศจากฝุ่นและควัน   | 4.56 | 0.67 | มากที่สุด  |
| 17         | ความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว   | 4.59 | 0.73 | มากที่สุด  |
| 18         | การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง   | 4.43 | 0.75 | มากที่สุด  |
| 19         | การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ | 4.50 | 0.75 | มากที่สุด  |
| 20         | มีการจัดมุมประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้บอกความรู้สึกที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชน   | 4.27 | 0.98 | มากที่สุด  |
| 21         | ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน   | 4.42 | 0.77 | มากที่สุด  |
| 22         | สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป               | 4.41 | 0.74 | มากที่สุด  |
| 23         | สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่  | 4.40 | 0.73 | มากที่สุด  |

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|-----|---|----------------|------|-----------|
|     |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| 24  | สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานได้ | 4.36           | 0.75 | มากที่สุด |
| 25  | มีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว                           | 4.32           | 0.74 | มากที่สุด |
| 26  | ระบบน้ำประปาสำหรับอุปโภค บริโภค สะอาด เพียงพอและทั่วถึง                                     | 2.19           | 0.96 | น้อย      |
| 27  | สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                  | 2.62           | 1.18 | ปานกลาง   |

|    |   |      |      |           |
|----|---|------|------|-----------|
| 28 | ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง   | 2.41 | 1.06 | น้อย      |
| 29 | มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ   | 2.49 | 1.03 | น้อย      |
| 30 | ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ  | 2.38 | 1.08 | น้อย      |
| 31 | มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ดูแลเพียงพอและดูแลทั่วถึง  | 4.38 | 0.80 | มากที่สุด |
| 32 | มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน   | 4.23 | 0.90 | มากที่สุด |
| 33 | มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย  | 4.41 | 0.72 | มากที่สุด |
| 34 | มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล   | 4.36 | 0.75 | มากที่สุด |
| 35 | สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก  | 4.48 | 0.79 | มากที่สุด |
| 36 | ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ  | 4.59 | 0.73 | มากที่สุด |
| 37 | ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก   | 4.41 | 0.77 | มากที่สุด |
| 38 | มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว  | 4.45 | 0.77 | มากที่สุด |
| 39 | มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว   | 4.18 | 1.05 | มาก       |
| 40 | การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวก<br>หลากหลายช่องทาง   | 4.22 | 0.99 | มากที่สุด |
| 41 | มีการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว<br>อินเทอร์เน็ตและสื่อเชิงสังคม                  | 4.28 | 1.00 | มากที่สุด |
| 42 | กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างการกระจายรายได้ในชุมชน  | 4.08 | 1.10 | มาก       |
| 43 | โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 4.34 | 0.83 | มากที่สุด |
| 44 | การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง   | 4.31 | 0.94 | มากที่สุด |
| 45 | ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความ<br>เข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี | 4.41 | 0.72 | มากที่สุด |

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|-----|---|----------------|------|-----------|
|     |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| 46  | ชุมชนมีการต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่  | 4.30           | 0.88 | มากที่สุด |
| 47  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม                                | 4.38           | 0.76 | มากที่สุด |
| 48  | จัดกิจกรรมส่งเสริมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง                                  | 4.32           | 0.74 | มากที่สุด |
| 49  | ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว   | 4.45           | 0.79 | มากที่สุด |
| 50  | กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้าม<br>วัฒนธรรม                     | 4.42           | 0.77 | มากที่สุด |
| 51  | ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำ<br>กิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง | 4.47           | 0.77 | มากที่สุด |
| 52  | การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง  | 4.17           | 1.04 | มาก       |
| 53  | คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น   | 4.24           | 0.99 | มากที่สุด |



|    |  |      |      |           |
|----|--|------|------|-----------|
| 54 | คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น   | 4.29 | 1.00 | มากที่สุด |
| 55 | กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่               | 4.04 | 1.09 | มาก       |
| 56 | นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ   | 4.36 | 0.82 | มากที่สุด |
| 57 | นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น  | 4.33 | 0.91 | มากที่สุด |
| 58 | เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาได้จากการเดินทางด้วยตนเอง   | 4.32 | 0.88 | มากที่สุด |
| 59 | การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม  | 4.19 | 1.05 | มาก       |
| 60 | การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว  | 4.21 | 0.98 | มากที่สุด |
| 61 | การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว | 4.29 | 1.00 | มากที่สุด |
| 62 | การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น  | 4.07 | 1.10 | มาก       |
| 63 | ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย  | 4.33 | 0.82 | มากที่สุด |
| 64 | ความเป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก  | 4.36 | 0.92 | มากที่สุด |
| 65 | สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์  | 4.41 | 0.72 | มากที่สุด |
| 66 | สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย   | 4.32 | 0.88 | มากที่สุด |

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|-----|---|----------------|------|-----------|
|     |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| 67  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายสอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่น   | 3.79           | 0.86 | มาก       |
| 68  | การอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบริษัททัวร์   | 2.47           | 1.10 | น้อย      |
| 69  | เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์        | 4.26           | 0.99 | มากที่สุด |
| 70  | การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว | 4.04           | 1.09 | มาก       |
| 71  | กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของตัวเองดั้งเดิม              | 3.80           | 1.22 | มาก       |
| 72  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจริงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์                     | 4.36           | 0.92 | มากที่สุด |
| 73  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีฐานมาจากองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น                    | 4.32           | 0.91 | มากที่สุด |
| 74  | กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่                           | 3.90           | 1.31 | มาก       |
| 75  | ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม   | 4.37           | 0.76 | มากที่สุด |

| และสิ่งแวดล้อม   |  |             |             |            |
|------------------|--|-------------|-------------|------------|
| 76               | การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน               | 4.26        | 0.90        | มากที่สุด  |
| 77               | ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน   | 4.19        | 1.05        | มาก        |
| 78               | ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว | 2.53        | 1.11        | น้อย       |
| 79               | มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 4.34        | 0.88        | มากที่สุด  |
| 80               | กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและมีรูปแบบที่ชัดเจน   | 3.84        | 0.87        | มาก        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b> |  | <b>4.08</b> | <b>0.88</b> | <b>มาก</b> |

จากตาราง 4.4 ผลของการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.08$ )

#### 4.4 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.5 ปัญหา อุปสรรค ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| ที่ | ปัญหา อุปสรรค   | ความถี่ |
|-----|---|---------|
| 1   | ความสะอาดถูกสุขลักษณะและจำนวนของห้องน้ำไม่เพียงพอ   | 13      |
| 2   | ความแออัดของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาล  | 9       |
| 3   | เส้นทางการสัญจรภายในหมู่บ้านไม่เหมาะสำหรับการเดินทางด้วยพาหนะที่มีขนาดใหญ่ บางช่วงมีความแคบ ลาดชัน บางจุด เสี่ยงต่อความเสียหายของพื้นผิวถนน สายไฟและกิ่งไม้ | 8       |
| 4   | จุดจอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่และปริมาณในการรองรับค่อนข้างจำกัด   | 8       |
| 5   | การจัดการเรื่องของความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์   | 6       |
| 6   | ในช่วงฤดูกาลหน้าผลไม้ ชุมชนบางส่วนไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยว  | 4       |
| 7   | โฮมสเตย์บางหลังสร้างแยกออกจากเจ้าของบ้าน ทำให้ขาดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน  | 4       |
| 8   | กลุ่มผู้นำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ใหญ่ใกล้วัยเกษียณ  | 1       |
| 9   | ทิศทางการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐบางครั้งไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน  | 1       |

|    |  |   |
|----|--|---|
| 10 | ลักษณะความเป็นตัวตนของคนเฉพาะถิ่นได้บางครั้งสร้างความเข้าใจผิดให้กับผู้มาเยือน | 1 |
| 11 | การออกแบบสิ่งก่อสร้างบางจุดไม่สอดคล้องกับธรรมชาติของชุมชน                      | 1 |

จากตารางที่ 4.5 ปัญหา อุปสรรค ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ระบุประเด็นดังต่อไปนี้

ความสะอาดถูกสุขลักษณะและจำนวนของห้องน้ำเพียงพอ(จำนวนผู้ตอบ 13 ราย) ความแออัดของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาล(จำนวนผู้ตอบ 9 ราย) เส้นทางรถจักรยานในหมู่บ้านไม่เหมาะสำหรับการเดินทางด้วยพาหนะที่มีขนาดใหญ่ บางช่วงมีความแคบ ลาดชัน บางจุด เสี่ยงต่อความเสียหายของพื้นผิวถนน สายไฟและกิ่งไม้(จำนวนผู้ตอบ 8 ราย) จุดจอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่และปริมาณในการรองรับค่อนข้างจำกัด(จำนวนผู้ตอบ 8 ราย) การจัดการเรื่องของความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์(จำนวนผู้ตอบ 6 ราย) ในช่วงฤดูกาลหน้าผลไม้ ชุมชนบางส่วนไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยว (จำนวนผู้ตอบ 4 ราย) โฮมสเตย์บางหลังสร้างแยกออกจากเจ้าของบ้าน ทำให้ขาดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน(จำนวนผู้ตอบ 4 ราย) กลุ่มผู้นำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ใหญ่ใกล้วัยเกษียณ(จำนวนผู้ตอบ 1 ราย) ทิศทางการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐบางครั้งไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน(จำนวนผู้ตอบ 1 ราย) ลักษณะความเป็นตัวตนของคนเฉพาะถิ่นได้บางครั้งสร้างความเข้าใจผิดให้กับผู้มาเยือน (จำนวนผู้ตอบ 1 ราย) และการออกแบบสิ่งก่อสร้างบางจุดไม่สอดคล้องกับธรรมชาติของชุมชน(จำนวนผู้ตอบ 1 ราย)

**ตารางที่ 4.6** ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| ที่ | ข้อเสนอแนะ  | ความถี่ |
|-----|---|---------|
| 1   | การจัดระเบียบและพื้นที่สำหรับรถยนต์ขนาดใหญ่หรือส่งเสริมให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน | 10      |
| 2   | ส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำชมหมู่บ้านในช่วงวันหยุด  | 5       |
| 3   | ส่งเสริมให้มีการทำอาหารพื้นบ้านจากพืชผักผลไม้ในท้องถิ่นในการรับรองนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน                                | 3       |
| 4   | ควรจัดทำฐานข้อมูลรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบหรือมีโอกาสเลือกได้ตามความต้องการ              | 2       |
| 5   | การออกแบบป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง ให้มีความเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน                                     | 1       |
| 6   | สร้างการรับรู้ให้มีความรู้กับผู้มาเยือนความเข้าใจในวิถีและให้เกียรติชุมชน   | 1       |

จากตารางที่ 4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ระบุประเด็นดังต่อไปนี้ การจัดระเบียบและพื้นที่สำหรับรถยนต์ขนาดใหญ่หรือส่งเสริมให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน (จำนวนผู้ตอบ 10 ราย) ส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำชมหมู่บ้านในช่วงวันหยุด (จำนวนผู้ตอบ 5 ราย) ส่งเสริมให้มีการทำอาหารพื้นบ้านจากพืชผักผลไม้ในท้องถิ่นในการรับรองนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน (จำนวนผู้ตอบ 3 ราย) ควรจัดทำฐานข้อมูลรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบหรือมีโอกาสเลือกได้ตามความต้องการ (จำนวนผู้ตอบ 2 ราย) การออกแบบป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง ให้มีความเป็นธรรมชาติสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน (จำนวนผู้ตอบ 1 ราย) และการสร้างการรับรู้ให้มีความรู้กับผู้มาเยือนความเข้าใจในวิถีและให้เกียรติชุมชน (จำนวนผู้ตอบ 1 ราย)

#### 4.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

1. การทดสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของรูปแบบ ใช้ค่าไคเซอร์เมเยอร์โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin) หรือค่า KMO เปรียบเทียบขนาดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สังเกตได้ และขนาดของสหสัมพันธ์พาร์เชียล (partial correlation) ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่เมื่อขจัดความแปรปรวนตัวแปรอื่นๆออกไปแล้ว และทดสอบเมตริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) ด้วยการใช้สถิติทดสอบของบาร์ทเลท (Bartlett's test of sphericity) โดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ใช้ทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบองค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.75 แสดงว่าเป็นข้อมูลที่มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์อยู่ในระดับดี เนื่องจากมีค่า KMO เข้าใกล้ 1 ส่วนการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า มีนัยสำคัญอย่างยิ่งในระดับ 0.00 ( $p \text{ value} \leq 0.05$ ) ซึ่งแสดงว่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์องค์ประกอบต่อไป (Kerlinger, 1986 cited in เพชรน้อยสิงห์ช่างชัย, 2546: 200; สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 365 อ้างถึงใน เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552)

ตาราง 4.7 ค่าไคเซอร์ เมเยอร์ ออลกิน (ค่า KMO) และค่าบาร์ทเลทของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| KMO and Bartlett's Test                          |                    |          |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | 0.75     |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 19578.92 |

|      |      |
|------|------|
| df   | 3576 |
| Sig. | .000 |

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบ ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบแบบวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (PCA) และหมุนแกนแบบตั้งฉากวาริแมกซ์ (varimax) เป็นเทคนิคที่ยังทำให้ตัวแปรต่างๆเป็นอิสระต่อกัน ทำให้มีตัวแปรที่น้อยที่สุด มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากในแต่ละปัจจัย โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2546) เพื่อสามารถอธิบายองค์ประกอบได้ชัดเจนมากขึ้น และต้องมีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า หรือเท่ากับ 1 เพราะถือว่าองค์ประกอบนั้นมีความถูกต้องตามหลักแนวคิดองค์ประกอบ (Kerlinger, 1986 cited in เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, 2546: 200; สุขชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 365 อ้างถึงใน เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีตัวแปรก่อนการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 80 ตัวแปร หลังจากการวิเคราะห์รวมตัวแปรได้เป็นองค์ประกอบจำนวน 10 องค์ประกอบ มีค่าไอเกน (Eigenvalues) อยู่ระหว่าง 2.11-17.85 ร้อยละความแปรปรวนอยู่ระหว่าง 2.63- 22.31 และสามารถอธิบายความแปรปรวนรวม Commulative Variance ได้ร้อยละ 76.88 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น พบว่า จากตัวแปรก่อนการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 80 ตัวแปร ได้เป็นองค์ประกอบจำนวน 10 องค์ประกอบ คงเหลือตัวแปรที่สามารถนำไปวิเคราะห์เพียง 54 ตัวแปร ประกอบด้วยองค์ประกอบ F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่ F2 สิ่งอำนวยความสะดวก F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว F4 การเข้าถึงพื้นที่ F5 การสื่อความหมาย F6 รูปแบบการท่องเที่ยว F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และ F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชทั้ง 10 องค์ประกอบ เป็นองค์ประกอบใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์โดยการสกัดลดจำนวนตัวแปรก่อนการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 80 ตัวแปร ให้อยู่ในองค์ประกอบเดียว โดยการนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากไว้ในองค์ประกอบเดียวกันและตัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กันออกจากการวิเคราะห์ โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่ามากที่สุด อยู่ในองค์ประกอบ F7. คุณค่าในการท่องเที่ยว และ F6. รูปแบบการท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เท่ากับ .945 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่น้อยที่สุด อยู่ในองค์ประกอบ F3. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เท่ากับ .601

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราชทั้ง 10 องค์ประกอบ ได้มีการกำหนดชื่อองค์ประกอบใหม่ที่แสดงถึงความหมายของ ตัวแปรต่างๆที่อยู่ในองค์ประกอบนั้น

**ตาราง 4.8** จำนวน น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมของตัวแปรองค์ประกอบการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | ตัวแปร | น้ำหนัก องค์ประกอบ | Eigen values | PCT of Variance | Cum PCT of Var |
|---------------------------------------|--------|--------------------|--------------|-----------------|----------------|
|                                       | 54     |                    |              |                 |                |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่                | 8      | 0.86-0.61          | 17.85        | 22.31           | 22.31          |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก                 | 7      | 0.93-0.64          | 13.59        | 16.99           | 39.30          |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว         | 3      | 0.89-0.60          | 6.26         | 7.83            | 47.13          |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่                  | 3      | 0.85-0.66          | 4.30         | 6.00            | 53.13          |
| F5 การสื่อความหมาย                    | 3      | 0.85-0.62          | 4.43         | 5.54            | 58.68          |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว                | 11     | 0.94-0.67          | 3.91         | 4.88            | 63.56          |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว              | 5      | 0.94-0.77          | 3.11         | 3.88            | 67.44          |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว         | 4      | 0.90-0.62          | 2.85         | 3.56            | 71.00          |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว         | 4      | 0.93-0.77          | 2.60         | 3.24            | 74.25          |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว         | 6      | 0.87-0.62          | 2.11         | 2.63            | 76.88          |

**ตาราง 4.9** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิง สรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่

| ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่  | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|--|-----------------------------------|
| 1. การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว   | 0.86                              |
| 2. คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น  | 0.86                              |
| 3. วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว   | 0.81                              |
| 4. ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น   | 0.86                              |
| 5. คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการ ดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน | 0.82                              |
| 6. คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น   | 0.72                              |
| 7. สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์   | 0.65                              |
| 8. มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทาง ท่องเที่ยวตลอดเวลา                                 | 0.61                              |
| Eigenvalues= 17.85    % Cumulative =22.31  | Reliability Cronbach Alpha = 0.81 |

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.86-0.61 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว 2. คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น 3. วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว 4. ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น 5. คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการตัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน 6. คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น 7. สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ และ 8. มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทุกเวลา โดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 17.85 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 22.31 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.81

**ตาราง 4.10** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านศรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก  | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น                        | 0.93                              |
| 2. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว                         | 0.87                              |
| 3. ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ | 0.84                              |
| 4. มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม                        | 0.79                              |
| 5. สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ      | 0.71                              |
| 6. มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว                          | 0.64                              |
| 7. ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง                | 0.79                              |
| Eigenvalues= 13.59    % Cumulative =16.99                     | Reliability Cronbach Alpha = 0.79 |

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.93-0.64 ประกอบด้วย 7 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น 2. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว 3. ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ 4. มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม 5. สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ 6. มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว 7. ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชนพอเพียงและทั่วถึง โดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 13.59 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 16.99 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.79

**ตาราง 4.11** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

| ด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว                                    | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า          | 0.89                              |
| 2. โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | 0.67                              |
| 3. การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง        | 0.60                              |
| Eigenvalues= 6.26      % Cumulative =7.83                         | Reliability Cronbach Alpha = 0.72 |

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.89-0.60 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า 2. โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3. การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึงโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 6.26 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 7.83 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.72

**ตาราง 4.12** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการเข้าถึงพื้นที่

| ด้านการเข้าถึงพื้นที่  | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|--|-----------------------------------|
| 1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล                 | 0.85                              |
| 2. สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก      | 0.74                              |
| 3. ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก | 0.66                              |
| Eigenvalues= 4.43      % Cumulative =5.54                    | Reliability Cronbach Alpha = 0.87 |

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการเข้าถึงพื้นที่ พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.85-0.66 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล 2. สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก 3. ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 4.43 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 5.54และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.87

**ตาราง 4.13** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสื่อความหมาย

| ด้านการสื่อความหมาย  | น้ำหนักองค์ประกอบ |
|--|-------------------|
| 1. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล | 0.85              |
| 2. มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน            | 0.79              |



|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 3. มีมีคคุณค่าที่ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน | 0.62                              |
| Eigenvalues= 6.26      % Cumulative =7.83                  | Reliability Cronbach Alpha = 0.70 |

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการสื่อความหมาย พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.85-0.62 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล 2. มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน 3. มีมีคคุณค่าที่ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชนโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 6.26 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 7.83 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.70

**ตาราง 4.14** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านศิวิล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว

| ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว   | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว                        | 0.94                              |
| 2. การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง   | 0.92                              |
| 3. นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น  | 0.86                              |
| 4. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์  | 0.85                              |
| 5. การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน                     | 0.84                              |
| 6. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์                               | 0.83                              |
| 7. นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ   | 0.81                              |
| 8. การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว  | 0.75                              |
| 9. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม   | 0.62                              |
| 10. การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง   | 0.74                              |
| 11. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ | 0.67                              |
| Eigenvalues= 3.91      % Cumulative =4.88   | Reliability Cronbach Alpha = 0.83 |

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.94-0.67 ประกอบด้วย 11 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว 2. การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง 3. นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น 4. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ 5. การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิต

เหมือนคนในชุมชน 6. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ 7. นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ 8. การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว 9. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม 10. การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง 11. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์โดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 3.91 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 4.88 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.83

**ตาราง 4.15** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว

| ด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว   | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ | 0.94                              |
| 2. ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน                       | 0.93                              |
| 3. ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว   | 0.89                              |
| 4. การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น  | 0.88                              |
| 5. คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน  | 0.77                              |
| Eigenvalues= 3.11      % Cumulative =3.88   | Reliability Cronbach Alpha = 0.91 |

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.86-0.61 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 2. ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน 3. ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว 4. การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น 5. คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 3.11 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 3.88 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.91

**ตาราง 4.16** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

| ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว  | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย                       | 0.90                              |
| 2. ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย                        | 0.83                              |
| 3. ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว                                    | 0.67                              |
| 4. ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ | 0.62                              |
| Eigenvalues= 2.85      % Cumulative =3.56                               | Reliability Cronbach Alpha = 0.76 |

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวพบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.90-0.62 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย 2. ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย 3. ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว 4. ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 2.85 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 3.56 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.76

**ตาราง 4.17** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

| ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว  | น้ำหนักองค์ประกอบ                 |
|---|-----------------------------------|
| 1. การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม  | 0.93                              |
| 2. ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน                                    | 0.87                              |
| 3. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป | 0.77                              |
| 4. กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม                                    | 0.77                              |
| Eigenvalues= 2.60      % Cumulative =3.24   | Reliability Cronbach Alpha = 0.84 |

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.93-0.77 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม 2. ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน 3. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป 4. กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 2.60 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 3.24 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.84

**ตาราง 4.18** น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

| ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว   | น้ำหนักองค์ประกอบ |
|---|-------------------|
| 1. ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี    | 0.87              |
| 2. ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม  | 0.84              |
| 3. มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                       | 0.74              |
| 4. องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน                                   | 0.73              |
| 5. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน(ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) | 0.63              |
| 6. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง  | 0.62              |

Eigenvalues= 2.11      % Cumulative =2.63      Reliability Cronbach Alpha = 0.80

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวพบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.87-0.62 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร เมื่อเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรดังนี้ 1. ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี 2. ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 3. มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4. องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน 5. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน(ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) 6. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทางโดยมีค่าไอเกนเริ่มแรก 2.11 สามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 2.63 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.80

#### หมายเหตุ

Eigenvalues หมายถึง ค่าความผันแปรหรือความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดยปัจจัย หรือ Eigenvalues คือ ผลบวกของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ยกกำลังสองของแต่ละตัวแปรในปัจจัยหนึ่งๆ

Percent of Variance หมายถึง เปอร์เซ็นต์ที่แต่ละปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรได้

Commulative Variance หมายถึง ผลบวกสะสมของ Percent of Variance

Factor Loading หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบหรือค่าที่ใช้พิจารณาว่าควรมีตัวแปร ไต่บ้างที่ควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) หมายถึง สถิติที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลโดยหาค่า KMO ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.05 และเข้าใกล้ 1 จึงถือว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis )

**ตารางที่ 4.19** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ                    | ระดับความสำคัญ |             |            |
|-------------------------------|----------------|-------------|------------|
|                               | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ      |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.34           | 0.36        | มากที่สุด  |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.13           | 0.47        | ปานกลาง    |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.35           | 0.63        | มากที่สุด  |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.43           | 0.47        | มากที่สุด  |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.32           | 0.59        | มากที่สุด  |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.30           | 0.42        | มากที่สุด  |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.29           | 0.51        | มากที่สุด  |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.46           | 0.55        | มากที่สุด  |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.36           | 0.58        | มากที่สุด  |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.89           | 0.31        | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>           | <b>4.19</b>    | <b>0.33</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 องค์ประกอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$ =4.19) เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อัตลักษณ์ของพื้นที่ (F1) ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว(F3) การเข้าถึงพื้นที่ (F4) การสื่อความหมาย (F5) รูปแบบการท่องเที่ยว (F6) คุณค่าในการท่องเที่ยว (F7) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (F8) ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (F9) ( $\bar{x}$ =4.34, 4.35, 4.43, 4.32, 4.30 ,4.29, 4.46, 4.36ตามลำดับ) ยกเว้น การบริหารจัดการท่องเที่ยว (F10) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$ =3.89) และน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ( $\bar{x}$ =3.13)

**ตารางที่ 4.20** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่(F1) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ             | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |             |             |
|------------------------|--|----------------|-------------|-------------|
|                        |  | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่ | การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว   | 4.29           | 1.00        | มากที่สุด   |
|                        | คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น   | 4.29           | 1.00        | มากที่สุด   |
|                        | วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว  | 4.32           | 0.77        | มากที่สุด   |
|                        | ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น  | 4.41           | 0.73        | มากที่สุด   |
|                        | คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน | 4.35           | 0.77        | มากที่สุด   |
|                        | คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น  | 4.24           | 0.99        | มากที่สุด   |
|                        | สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์  | 4.41           | 0.72        | มากที่สุด   |
|                        | มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา                                 | 4.39           | 0.75        | มากที่สุด   |
|                        | <b>เฉลี่ยรวม</b>   |                | <b>4.34</b> | <b>0.36</b> |

จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่(F1) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่(F1) ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ มากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นตัวแปร พบว่า ทุกประเด็นล้วนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น และ สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.41$ ) รองลงมาคือ มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา ( $\bar{x} = 4.39$ ) นอกจากนั้นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น ( $\bar{x} = 4.24$ ) แต่ยังคงจัดอยู่ในระดับมากที่สุด

**ตารางที่ 4.21** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(F2) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ            | ตัวแปร                              | ระดับความสำคัญ |      |       |
|-----------------------|-------------------------------------|----------------|------|-------|
|                       |                                     | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก | การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น | 4.07           | 1.10 | มาก   |

|                  |  |             |             |                |
|------------------|--|-------------|-------------|----------------|
| สะดวก            | มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว                         | 4.45        | 0.77        | มากที่สุด      |
|                  | ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ | 2.38        | 1.08        | น้อย           |
|                  | มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม                        | 1.80        | 0.68        | น้อยที่สุด     |
|                  | สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ      | 2.62        | 1.18        | ปานกลาง        |
|                  | มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว                          | 4.18        | 1.05        | มาก            |
|                  | ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง                | 2.41        | 1.06        | น้อย           |
| <b>เฉลี่ยรวม</b> |  | <b>3.13</b> | <b>0.47</b> | <b>ปานกลาง</b> |

จากตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(F2) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับ สิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ ปานกลาง ( $\bar{x} = 3.13$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นตัวแปร พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.45$ ) รองลงมาคือประเด็น มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว และ การให้บริการอาหารพื้นเมือง เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.18, 4.07$  ตามลำดับ) ในส่วนของสัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.62$ ) ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.41, 2.38$  ตามลำดับ) และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม อยู่ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.80$ )

**ตารางที่ 4.22** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว(F3) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ                    | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |             |                  |
|-------------------------------|--|----------------|-------------|------------------|
|                               |  | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ            |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า          | 4.38           | 0.77        | มากที่สุด        |
|                               | โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | 4.34           | 0.83        | มากที่สุด        |
|                               | การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง        | 4.31           | 0.94        | มากที่สุด        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>              |  | <b>4.35</b>    | <b>0.63</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ องค์ประกอบด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว(F3) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ในภาพรวมและในทุกประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.35$ ) โดยประเด็นชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า นั้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) รองลงมา คือ โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ( $\bar{x} = 4.34$ ) และการกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง ( $\bar{x} = 4.31$ )

**ตารางที่ 4.23** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการเข้าถึงพื้นที่ (F4) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ           | ตัวแปร  | ระดับความสำคัญ |             |                  |
|----------------------|---|----------------|-------------|------------------|
|                      |   | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ            |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่ | การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล                 | 4.41           | 0.72        | มากที่สุด        |
|                      | สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก      | 4.48           | 0.79        | มากที่สุด        |
|                      | ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก | 4.41           | 0.77        | มากที่สุด        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>     |   | <b>4.43</b>    | <b>0.47</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จาก ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ องค์ประกอบด้านการเข้าถึงพื้นที่(F4) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอ ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับด้านเข้าถึงพื้นที่ ใน ภาพรวมและในทุกประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.43$ ) โดย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.48$ ) รองลงมา คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล และ ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ( $\bar{x} = 4.41$ )

**ตารางที่ 4.24** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการสื่อ ความหมาย (F5) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอ ลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ         | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |      |           |
|--------------------|--|----------------|------|-----------|
|                    |  | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| F5 การสื่อความหมาย | มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ ข้อมูล | 4.36           | 0.75 | มากที่สุด |
|                    | มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน             | 4.38           | 0.74 | มากที่สุด |
|                    | มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน          | 4.23           | 0.90 | มากที่สุด |



|           |      |      |           |
|-----------|------|------|-----------|
| เฉลี่ยรวม | 4.32 | 0.59 | มากที่สุด |
|-----------|------|------|-----------|

จากตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ องค์ประกอบด้านการสื่อความหมาย (F5) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับด้านการสื่อความหมาย ในภาพรวมและในทุกประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.32$ ) โดย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) รองลงมา คือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล ที่สุด ( $\bar{x} = 4.36$ ) และ มีมีคหุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน ( $\bar{x} = 4.23$ )

**ตารางที่ 4.25** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านรูปแบบการท่องเที่ยว (F6) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ             | ตัวแปร  | ระดับความสำคัญ |      |           |
|------------------------|---|----------------|------|-----------|
|                        |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ     |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว | การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว                       | 4.04           | 1.09 | มาก       |
|                        | การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง  | 4.17           | 1.04 | มาก       |
|                        | นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น   | 4.33           | 0.91 | มากที่สุด |
|                        | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์   | 4.36           | 0.92 | มากที่สุด |
|                        | การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน                    | 4.26           | 0.90 | มากที่สุด |
|                        | เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์                              | 4.26           | 0.99 | มากที่สุด |
|                        | นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ  | 4.36           | 0.82 | มากที่สุด |
|                        | การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว   | 4.21           | 0.98 | มากที่สุด |
|                        | การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง   | 4.43           | 0.75 | มากที่สุด |
|                        | การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ | 4.50           | 0.75 | มากที่สุด |

**ตารางที่ 4.25** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านรูปแบบการท่องเที่ยว (F6) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช(ต่อ)

| องค์ประกอบ | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |             |                  |
|------------|--|----------------|-------------|------------------|
|            |  | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ            |
|            | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม | 4.38           | 0.76        | มากที่สุด        |
|            | <b>เฉลี่ยรวม</b>   | <b>4.30</b>    | <b>0.42</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านรูปแบบการท่องเที่ยว (F6) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับด้านรูปแบบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.50$ ) รองลงมาคือ การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง ( $\bar{x} = 4.43$ ) และ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ( $\bar{x} = 4.38$ ) ในส่วนของประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง ( $\bar{x} = 4.17$ ) และการสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.04$ ) ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 4.26** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว(F7) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ     | ตัวแปร  | ระดับความสำคัญ |      |       |
|----------------|---|----------------|------|-------|
|                |   | $\bar{x}$      | SD   | ระดับ |
| F7 คุณค่าในการ | กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของ | 4.04           | 1.09 | มาก   |

| ท่องเที่ยว | ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่                                      |             |             |                  |
|------------|--|-------------|-------------|------------------|
|            | ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน | 4.19        | 1.05        | มาก              |
|            | ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว   | 4.40        | 0.74        | มากที่สุด        |
|            | การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น                          | 4.40        | 0.73        | มากที่สุด        |
|            | คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน  | 4.41        | 0.74        | มากที่สุด        |
|            | <b>เฉลี่ยรวม</b>   | <b>4.29</b> | <b>0.51</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว(F7) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับ ด้านคุณค่าในการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.29$ ) เมื่อพิจารณาในแยกรายประเด็น พบว่าคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน ( $\bar{x} = 4.41$ ) ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ( $\bar{x} = 4.40$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ในส่วนของ การให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน ( $\bar{x} = 4.04$ ) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ( $\bar{x} = 4.19$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว(F8) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ                    | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |             |                  |
|-------------------------------|--|----------------|-------------|------------------|
|                               |  | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ            |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย                       | 4.41           | 0.72        | มากที่สุด        |
|                               | ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย                        | 4.33           | 0.82        | มากที่สุด        |
|                               | ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว                                    | 4.50           | 0.72        | มากที่สุด        |
|                               | ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ | 4.59           | 0.73        | มากที่สุด        |
|                               | <b>เฉลี่ยรวม</b>   | <b>4.46</b>    | <b>0.55</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ องค์ประกอบความปลอดภัยในการท่องเที่ยว(F8) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในภาพรวมและในทุกประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.46$ ) โดยลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ ( $\bar{x} = 4.59$ ) มีความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.50$ ) มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย ( $\bar{x} = 4.41$ ) ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย ( $\bar{x} = 4.33$ )

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว(F9) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ                    | ตัวแปร   | ระดับความสำคัญ |             |                  |
|-------------------------------|--|----------------|-------------|------------------|
|                               |  | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ            |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม  | 4.19           | 1.05        | มาก              |
|                               | ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน                                    | 4.42           | 0.77        | มากที่สุด        |
|                               | สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป | 4.41           | 0.74        | มากที่สุด        |
|                               | กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม                                    | 4.42           | 0.77        | มากที่สุด        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>              |  | <b>4.36</b>    | <b>0.58</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ องค์ประกอบด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว(F9) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับ ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.36$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้าม

วัฒนธรรม ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน ( $\bar{x} = 4.42$ ) และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป ( $\bar{x} = 4.41$ ) อยู่ในระดับมาก ในส่วนของการแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ )

**ตารางที่ 4.29** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว(F10) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| องค์ประกอบ                    | ตัวแปร  | ระดับความสำคัญ |             |            |
|-------------------------------|---|----------------|-------------|------------|
|                               |   | $\bar{x}$      | SD          | ระดับ      |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี     | 4.41           | 0.72        | มากที่สุด  |
|                               | ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม   | 4.37           | 0.76        | มากที่สุด  |
|                               | มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 4.34           | 0.88        | มากที่สุด  |
|                               | องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน                                    | 3.74           | 0.74        | มาก        |
|                               | การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) | 2.23           | 1.04        | น้อย       |
|                               | การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง   | 4.22           | 0.99        | มากที่สุด  |
|                               | <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.89</b>    | <b>0.31</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว(F10) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับ ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก ( $\bar{x} = 4.41$ ) ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทาง

เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ( $\bar{x} = 4.37$ ) มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ( $\bar{x} = 4.34$ ) และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง ( $\bar{x} = 4.22$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือองค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ( $\bar{x} = 3.74$ ) อยู่ในระดับมาก ในส่วนของการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) ( $\bar{x} = 2.23$ ) อยู่ในระดับน้อย

#### 4.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่าง กัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเพศ

| องค์ประกอบ                    | เพศ       |      |           |      | t             | Sig          |
|-------------------------------|-----------|------|-----------|------|---------------|--------------|
|                               | ชาย       |      | หญิง      |      |               |              |
|                               | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$ | SD   |               |              |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.32      | 0.36 | 4.34      | 0.35 | 0.747         | 0.456        |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.13      | 0.46 | 3.13      | 0.48 | 0.101         | 0.919        |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.30      | 0.57 | 4.37      | 0.65 | 1.108         | 0.269        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.42      | 0.44 | 4.44      | 0.48 | 0.490         | 0.625        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.25      | 0.58 | 4.36      | 0.59 | 1.811         | 0.071        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.26      | 0.43 | 4.32      | 0.41 | 1.446         | 0.149        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.29      | 0.50 | 4.28      | 0.52 | 0.189         | 0.850        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.34      | 0.58 | 4.51      | 0.53 | <b>2.875*</b> | <b>0.004</b> |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.35      | 0.58 | 4.37      | 0.58 | 0.217         | 0.828        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.87      | 0.31 | 3.89      | 0.31 | 0.629         | 0.530        |
| ภาพรวม                        | 4.15      | 0.34 | 4.20      | 0.33 | 1.400         | 0.162        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.31** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามอายุ

| องค์ประกอบ                    | อายุ          |      |           |      |           |      |           |      |           |      |             |      | F      | Sig   |
|-------------------------------|---------------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-------------|------|--------|-------|
|                               | ต่ำกว่า 15 ปี |      | 16-20 ปี  |      | 21-25 ปี  |      | 26-30 ปี  |      | 31-35 ปี  |      | 36 ปีขึ้นไป |      |        |       |
|                               | $\bar{x}$     | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$   | SD   |        |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.25          | 0.36 | 4.43      | 0.37 | 4.29      | 0.36 | 4.35      | 0.38 | 4.34      | 0.34 | 4.32        | 0.35 | 1.269  | 0.276 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 2.94          | 0.46 | 3.34      | 0.42 | 3.02      | 0.42 | 3.14      | 0.42 | 3.12      | 0.49 | 3.13        | 0.50 | 3.727* | 0.003 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.33          | 0.73 | 4.43      | 0.50 | 4.26      | 0.72 | 4.35      | 0.59 | 4.40      | 0.59 | 4.33        | 0.65 | 0.567  | 0.725 |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.40          | 0.54 | 4.51      | 0.33 | 4.41      | 0.40 | 4.41      | 0.52 | 4.46      | 0.48 | 4.41        | 0.51 | 0.438  | 0.822 |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.25          | 0.68 | 4.42      | 0.47 | 4.36      | 0.56 | 4.27      | 0.62 | 4.35      | 0.59 | 4.28        | 0.63 | 0.676  | 0.642 |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.18          | 0.49 | 4.43      | 0.28 | 4.32      | 0.38 | 4.33      | 0.38 | 4.28      | 0.45 | 4.25        | 0.46 | 1.830  | 0.106 |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.27          | 0.54 | 4.31      | 0.51 | 4.23      | 0.51 | 4.38      | 0.47 | 4.28      | 0.53 | 4.28        | 0.53 | 0.549  | 0.739 |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.45          | 0.67 | 4.48      | 0.41 | 4.46      | 0.56 | 4.47      | 0.54 | 4.47      | 0.58 | 4.43        | 0.58 | 0.096  | 0.993 |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.30          | 0.66 | 4.40      | 0.50 | 4.30      | 0.61 | 4.45      | 0.52 | 4.39      | 0.57 | 4.34        | 0.61 | 0.578  | 0.717 |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.81          | 0.30 | 3.97      | 0.30 | 3.90      | 0.33 | 3.92      | 0.29 | 3.86      | 0.31 | 3.85        | 0.32 | 1.399  | 0.223 |
| <b>ภาพรวม</b>                 | 4.12          | 0.39 | 4.27      | 0.24 | 4.16      | 0.32 | 4.21      | 0.29 | 4.20      | 0.34 | 4.16        | 0.36 | 1.189  | 0.211 |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.32** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามสถานภาพ

| องค์ประกอบ | สถานภาพ |
|------------|---------|
|------------|---------|

|                               | โสด         |             | สมรส        |             | หม้าย       |             | หย่า/แยกกันอยู่ |             | F            | Sig          |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|--------------|--------------|
|                               | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$       | SD          |              |              |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.34        | 0.36        | 4.33        | 0.36        | 4.22        | 0.41        | 4.45            | 0.34        | 0.321        | 0.810        |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.15        | 0.48        | 3.06        | 0.42        | 2.93        | 0.75        | 3.66            | 0.28        | 3.272*       | <b>0.021</b> |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.34        | 0.63        | 4.35        | 0.64        | 4.08        | 0.69        | 4.73            | 0.28        | 0.882        | 0.451        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.43        | 0.46        | 4.44        | 0.48        | 4.33        | 0.61        | 4.67            | 0.41        | 0.482        | 0.695        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.33        | 0.58        | 4.29        | 0.60        | 4.08        | 0.92        | 4.67            | 0.58        | 0.892        | 0.445        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.30        | 0.42        | 4.31        | 0.39        | 4.00        | 0.61        | 4.11            | 0.60        | 1.075        | 0.359        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.28        | 0.52        | 4.33        | 0.49        | 3.90        | 0.58        | 4.28            | 0.70        | 1.037        | 0.376        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.45        | 0.55        | 4.48        | 0.54        | 4.00        | 0.89        | 4.40            | 0.82        | 1.008        | 0.389        |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.36        | 0.57        | 4.37        | 0.58        | 3.88        | 0.85        | 4.65            | 0.49        | 1.381        | 0.248        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.88        | 0.31        | 3.92        | 0.31        | 3.92        | 0.52        | 3.80            | 0.55        | 0.538        | 0.657        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.18</b> | <b>0.33</b> | <b>4.19</b> | <b>0.31</b> | <b>3.93</b> | <b>0.60</b> | <b>4.34</b>     | <b>0.40</b> | <b>1.151</b> | <b>0.328</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.33** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามศาสนา

| องค์ประกอบ | ศาสนา     |    |           |    |           |    | F | Sig |
|------------|-----------|----|-----------|----|-----------|----|---|-----|
|            | พุทธ      |    | คริสต์    |    | อิสลาม    |    |   |     |
|            | $\bar{x}$ | SD | $\bar{x}$ | SD | $\bar{x}$ | SD |   |     |
|            |           |    |           |    |           |    |   |     |



|               |                            |      |      |      |      |      |      |        |              |
|---------------|----------------------------|------|------|------|------|------|------|--------|--------------|
| F1            | อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.32 | 0.36 | 4.41 | 0.29 | 4.41 | 0.34 | 1.925  | 0.147        |
| F2            | สิ่งอำนวยความสะดวก         | 4.31 | 0.65 | 4.36 | 0.46 | 4.54 | 0.51 | 3.651* | <b>0.027</b> |
| F3            | ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 3.11 | 0.47 | 3.42 | 0.53 | 3.15 | 0.47 | 2.470  | 0.086        |
| F4            | การเข้าถึงพื้นที่          | 4.41 | 0.46 | 4.44 | 0.43 | 4.55 | 0.52 | 2.243  | 0.107        |
| F5            | การสื่อความหมาย            | 4.31 | 0.59 | 4.33 | 0.55 | 4.40 | 0.61 | 0.631  | 0.533        |
| F6            | รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.30 | 0.41 | 4.30 | 0.54 | 4.31 | 0.43 | 0.016  | 0.984        |
| F7            | คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.27 | 0.52 | 4.28 | 0.45 | 4.41 | 0.48 | 1.898  | 0.151        |
| F8            | ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.44 | 0.55 | 4.29 | 0.65 | 4.57 | 0.56 | 1.860  | 0.157        |
| F9            | ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.33 | 0.58 | 4.33 | 0.47 | 4.53 | 0.53 | 2.974  | 0.052        |
| F10           | การบริหารจัดการท่องเที่ยว  | 3.89 | 0.31 | 3.85 | 0.37 | 3.89 | 0.31 | 0.092  | 0.912        |
| <b>ภาพรวม</b> |                            | 4.17 | 0.33 | 4.20 | 0.35 | 4.27 | 0.31 | 2.689  | 0.069        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.34** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามระดับการศึกษา

| องค์ประกอบ | ระดับการศึกษา       |      |           |      |                  |      | F    | Sig   |       |
|------------|---------------------|------|-----------|------|------------------|------|------|-------|-------|
|            | ต่ำกว่าปริญญาตรี    |      | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |      |      |       |       |
|            | $\bar{x}$           | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$        | SD   |      |       |       |
| F1         | อัตลักษณ์ของพื้นที่ | 4.33 | 0.35      | 4.34 | 0.37             | 4.06 | 0.09 | 0.624 | 0.536 |
| F2         | สิ่งอำนวยความสะดวก  | 3.10 | 0.47      | 3.20 | 0.46             | 3.14 | 0.40 | 1.895 | 0.152 |

|                               |             |             |             |             |             |             |              |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.35        | 0.62        | 4.33        | 0.65        | 4.50        | 0.71        | 0.088        | 0.916        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.35        | 0.63        | 4.44        | 0.48        | 4.41        | 0.45        | 1.003        | 0.368        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.83        | 0.24        | 4.43        | 0.47        | 4.33        | 0.59        | 0.059        | 0.942        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.31        | 0.61        | 4.33        | 0.47        | 4.32        | 0.59        | 0.156        | 0.856        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.30        | 0.42        | 4.29        | 0.40        | 4.14        | 0.32        | 0.063        | 0.939        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.30        | 0.42        | 4.28        | 0.53        | 4.30        | 0.49        | 0.913        | 0.402        |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.20        | 0.28        | 4.29        | 0.51        | 4.48        | 0.55        | 0.079        | 0.924        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 4.40        | 0.57        | 4.50        | 0.71        | 4.46        | 0.55        | 2.973        | 0.052        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.37</b> | <b>0.57</b> | <b>4.35</b> | <b>0.59</b> | <b>4.50</b> | <b>0.35</b> | <b>0.005</b> | <b>0.996</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.35** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตามสถานภาพการทำงาน

| องค์ประกอบ                    | สถานภาพการทำงาน       |      |                                      |      |                        |      |                                    |      |           |      |                                   |      | F     | Sig   |
|-------------------------------|-----------------------|------|--------------------------------------|------|------------------------|------|------------------------------------|------|-----------|------|-----------------------------------|------|-------|-------|
|                               | นักเรียน/<br>นักศึกษา |      | รับราชการ/<br>พนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ |      | พนักงาน<br>บริษัทเอกชน |      | ค้าขาย/<br>ประกอบ<br>ธุรกิจส่วนตัว |      | เกษตรกร   |      | แม่บ้าน/ไม่ได้<br>ประกอบ<br>อาชีพ |      |       |       |
|                               | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$                            | SD   | $\bar{x}$              | SD   | $\bar{x}$                          | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$                         | SD   |       |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.36                  | 0.37 | 4.30                                 | 0.35 | 4.38                   | 0.33 | 4.29                               | 0.36 | 4.26      | 0.36 | 4.42                              | 0.31 | 1.327 | 0.252 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.13                  | 0.43 | 3.11                                 | 0.48 | 3.13                   | 0.48 | 3.11                               | 0.50 | 3.06      | 0.54 | 3.33                              | 0.45 | 1.249 | 0.285 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.35                  | 0.64 | 4.28                                 | 0.65 | 4.46                   | 0.53 | 4.33                               | 0.64 | 4.22      | 0.72 | 4.52                              | 0.41 | 1.491 | 0.192 |

|                                |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |               |              |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|
| F4 การเข้าถึงพื้นที่           | 4.46        | 0.41        | 4.39        | 0.48        | 4.50        | 0.49        | 4.42        | 0.51        | 4.36        | 0.47        | 4.46        | 0.57        | 0.777         | 0.567        |
| F5 การสื่อความหมาย             | 4.37        | 0.55        | 4.27        | 0.61        | 4.37        | 0.57        | 4.30        | 0.64        | 4.23        | 0.67        | 4.34        | 0.59        | 0.601         | 0.699        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว         | 4.37        | 0.34        | 4.26        | 0.44        | 4.32        | 0.43        | 4.24        | 0.45        | 4.15        | 0.50        | 4.34        | 0.40        | 2.410*        | <b>0.036</b> |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว       | 4.31        | 0.50        | 4.24        | 0.54        | 4.35        | 0.48        | 4.29        | 0.53        | 4.16        | 0.56        | 4.43        | 0.46        | 1.442         | 0.208        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว  | 4.50        | 0.50        | 4.42        | 0.56        | 4.51        | 0.56        | 4.42        | 0.58        | 4.35        | 0.67        | 4.47        | 0.49        | 0.788         | 0.559        |
| F9 ประสิทธิภาพจากการท่องเที่ยว | 4.38        | 0.55        | 4.31        | 0.60        | 4.43        | 0.53        | 4.41        | 0.61        | 4.22        | 0.68        | 4.53        | 0.43        | 1.555         | 0.172        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว  | 3.94        | 0.31        | 3.84        | 0.30        | 3.90        | 0.31        | 3.83        | 0.30        | 3.79        | 0.32        | 3.94        | 0.34        | 2.808*        | <b>0.017</b> |
| <b>ภาพรวม</b>                  | <b>4.22</b> | <b>0.29</b> | <b>4.14</b> | <b>0.35</b> | <b>4.23</b> | <b>0.31</b> | <b>4.16</b> | <b>0.36</b> | <b>4.08</b> | <b>0.41</b> | <b>4.28</b> | <b>0.27</b> | <b>2.389*</b> | <b>0.037</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.36** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| องค์ประกอบ                    | รายได้ต่อเดือน        |      |                      |      |                       |      |                       |      |                       |      |                       |      | F      | Sig          |
|-------------------------------|-----------------------|------|----------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|--------|--------------|
|                               | น้อยกว่า<br>5,000 บาท |      | 5,001-<br>10,000 บาท |      | 10,001-<br>15,000 บาท |      | 15,001-<br>20,000 บาท |      | 20,001-<br>25,000 บาท |      | มากกว่า<br>25,000 บาท |      |        |              |
|                               | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$            | SD   | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$             | SD   |        |              |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.36                  | 0.37 | 4.42                 | 0.31 | 4.29                  | 0.36 | 4.27                  | 0.34 | 4.42                  | 0.33 | 4.35                  | 0.37 | 1.687  | 0.137        |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.15                  | 0.44 | 3.42                 | 0.30 | 3.09                  | 0.47 | 3.16                  | 0.55 | 3.00                  | 0.36 | 3.06                  | 0.51 | 1.734  | 0.126        |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.37                  | 0.63 | 4.48                 | 0.35 | 4.34                  | 0.61 | 4.23                  | 0.69 | 4.50                  | 0.51 | 4.31                  | 0.69 | 1.348  | 0.243        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.46                  | 0.43 | 4.39                 | 0.61 | 4.40                  | 0.47 | 4.36                  | 0.49 | 4.56                  | 0.49 | 4.48                  | 0.42 | 1.278  | 0.272        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.36                  | 0.55 | 4.30                 | 0.59 | 4.27                  | 0.61 | 4.24                  | 0.65 | 4.39                  | 0.54 | 4.44                  | 0.63 | 0.926  | 0.464        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.36                  | 0.35 | 4.40                 | 0.27 | 4.24                  | 0.43 | 4.16                  | 0.50 | 4.41                  | 0.33 | 4.36                  | 0.43 | 4.166* | <b>0.001</b> |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.32                  | 0.49 | 4.42                 | 0.51 | 4.26                  | 0.54 | 4.22                  | 0.53 | 4.36                  | 0.50 | 4.19                  | 0.58 | 0.933  | 0.459        |

|                               |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |               |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.49        | 0.51        | 4.50        | 0.32        | 4.42        | 0.58        | 4.31        | 0.65        | 4.69        | 0.38        | 4.56        | 0.51        | 3.474*        | <b>0.004</b> |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.40        | 0.54        | 4.50        | 0.39        | 4.32        | 0.59        | 4.29        | 0.64        | 4.48        | 0.50        | 4.29        | 0.68        | 1.038         | 0.395        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.94        | 0.31        | 4.00        | 0.32        | 3.84        | 0.30        | 3.79        | 0.33        | 3.94        | 0.24        | 3.88        | 0.30        | 3.814*        | <b>0.002</b> |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.22</b> | <b>0.29</b> | <b>4.28</b> | <b>0.17</b> | <b>4.15</b> | <b>0.34</b> | <b>4.10</b> | <b>0.40</b> | <b>4.27</b> | <b>0.24</b> | <b>4.19</b> | <b>0.38</b> | <b>2.721*</b> | <b>0.020</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.37** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามจังหวัดที่อยู่อาศัย

| องค์ประกอบ                    | จังหวัดที่อยู่อาศัย |      |                      |      |               |      | F     | Sig   |
|-------------------------------|---------------------|------|----------------------|------|---------------|------|-------|-------|
|                               | นครศรีธรรมราช       |      | จังหวัดอื่นๆในภาคใต้ |      | กรุงเทพมหานคร |      |       |       |
|                               | $\bar{x}$           | SD   | $\bar{x}$            | SD   | $\bar{x}$     | SD   |       |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.33                | 0.36 | 4.34                 | 0.36 | 4.34          | 0.34 | 0.029 | 0.971 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.06                | 0.42 | 3.16                 | 0.48 | 3.08          | 0.54 | 1.638 | 0.196 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.33                | 0.67 | 4.36                 | 0.61 | 4.28          | 0.65 | 0.237 | 0.789 |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.43                | 0.44 | 4.44                 | 0.48 | 4.40          | 0.46 | 0.054 | 0.947 |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.35                | 0.58 | 4.31                 | 0.60 | 4.33          | 0.60 | 0.136 | 0.873 |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.32                | 0.38 | 4.28                 | 0.42 | 4.32          | 0.51 | 0.398 | 0.672 |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.30                | 0.49 | 4.29                 | 0.52 | 4.20          | 0.51 | 0.388 | 0.679 |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.49                | 0.56 | 4.45                 | 0.55 | 4.43          | 0.63 | 0.230 | 0.794 |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.37                | 0.57 | 4.37                 | 0.58 | 4.25          | 0.62 | 0.486 | 0.615 |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.92                | 0.32 | 3.88                 | 0.31 | 3.85          | 0.31 | 0.797 | 0.451 |

---

|        |      |      |      |      |      |      |       |       |
|--------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| ภาพรวม | 4.19 | 0.31 | 4.19 | 0.34 | 4.15 | 0.37 | 0.153 | 0.858 |
|--------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|

---

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกา  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยก  
พิจารณาตามเพศ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมแล้วทั้งเพศชายและหญิง ใ  
ความสำคัญกับองค์ประกอบกาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด  
นครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ใ  
สำคัญกับด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเพศหญิง  
( $\bar{x} = 4.51$ ) ใความสำคัญมากกว่าเพศชาย ( $\bar{x} = 4.34$ )

จากตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกา  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยก  
พิจารณาตามอายุ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันแต่ละ  
ช่วงล้วนแต่ใให้ความสำคัญกับองค์ประกอบกาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอ  
ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันใ  
ความสำคัญกับองค์ประกอบกาเดินทางอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ  
0.05 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 16-20 ปี ใความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.34$ )

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกาท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณา  
ตามสถานภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน  
ใความสำคัญกับองค์ประกอบกาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด  
นครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน  
ใความสำคัญกับองค์ประกอบกาเดินทางอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการ หย่า/แยกกันอยู่ ใความสำคัญ  
มากที่สุด ( $\bar{x} = 3.66$ )

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกาท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณา  
ตามศาสนา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยงที่มีนับถือศาสนาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีนับถือศาสนาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งนักท่องเที่ยงที่นับถือศาสนาอิสลาม ให้ความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.54$ )

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามระดับการศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามสถานภาพการทำงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยงที่มีสถานภาพการทำงานแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการด้านรูปแบบการท่องเที่ยวต่างกัน ซึ่งนักท่องเที่ยงที่มีสถานภาพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.37$ ) และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยง ที่มีสถานภาพ แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพและ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.94$ )

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามรายได้ต่อเดือน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับด้านรูปแบบด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.69$ ) ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.48$ ) การท่องเที่ยวมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.41$ ) ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.94$ )

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามจังหวัดที่อยู่อาศัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจังหวัดที่อยู่อาศัยแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.38** แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้และจังหวัดที่อยู่อาศัย

| องค์ประกอบ                    | เพศ    | อายุ   | สถานภาพ | ศาสนา  | การศึกษา | สถานภาพการทำงาน | รายได้        | จังหวัดที่อยู่อาศัย |
|-------------------------------|--------|--------|---------|--------|----------|-----------------|---------------|---------------------|
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         |        | 0.003* | 0.021*  | 0.027* |          |                 |               |                     |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F5 การสื่อความหมาย            |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        |        |        |         |        |          | 0.036*          | 0.001*        |                     |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 0.004* |        |         |        |          |                 | 0.004*        |                     |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว |        |        |         |        |          |                 |               |                     |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว |        |        |         |        |          | 0.017*          | 0.002*        |                     |
| <b>ภาพรวม</b>                 |        |        |         |        |          | <b>0.037*</b>   | <b>0.020*</b> |                     |

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.38 แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพการทำงาน รายได้และจังหวัดที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวงที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1. ปัจจัยเรื่องเพศ นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
2. ปัจจัยเรื่องอายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก
3. ปัจจัยเรื่องสถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก
4. ปัจจัยเรื่องศาสนา นักท่องเที่ยวที่มีศาสนาต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก
5. ปัจจัยเรื่องการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน
6. ปัจจัยเรื่องสถานภาพการทำงาน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 2 ด้าน คือ รูปแบบการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว
7. ปัจจัยเรื่องรายได้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 3 ด้าน คือ รูปแบบการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว
8. ปัจจัยเรื่องจังหวัดที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง

| องค์ประกอบ                    | ลักษณะของการเดินทาง |      |                         |      |                                     |      | F     | Sig   |
|-------------------------------|---------------------|------|-------------------------|------|-------------------------------------|------|-------|-------|
|                               | เดินทางมาด้วยตัวเอง |      | ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว |      | หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง |      |       |       |
|                               | $\bar{x}$           | SD   | $\bar{x}$               | SD   | $\bar{x}$                           | SD   |       |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.35                | 0.35 | 4.32                    | 0.42 | 4.33                                | 0.36 | 0.111 | 0.895 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.16                | 0.49 | 3.09                    | 0.43 | 3.12                                | 0.47 | 0.300 | 0.741 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.39                | 0.58 | 4.24                    | 0.77 | 4.34                                | 0.63 | 0.559 | 0.572 |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.44                | 0.53 | 4.42                    | 0.39 | 4.43                                | 0.46 | 0.025 | 0.976 |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.29                | 0.63 | 4.42                    | 0.62 | 4.32                                | 0.58 | 0.429 | 0.651 |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.27                | 0.43 | 4.43                    | 0.30 | 4.30                                | 0.42 | 1.409 | 0.246 |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.32                | 0.51 | 4.21                    | 0.53 | 4.28                                | 0.52 | 0.444 | 0.642 |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.45                | 0.57 | 4.50                    | 0.58 | 4.45                                | 0.55 | 0.085 | 0.918 |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.41                | 0.58 | 4.42                    | 0.57 | 4.35                                | 0.58 | 0.500 | 0.607 |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.87                | 0.32 | 4.04                    | 0.35 | 3.88                                | 0.31 | 2.797 | 0.062 |
| ภาพรวม                        | 4.20                | 0.34 | 4.21                    | 0.30 | 4.18                                | 0.33 | 0.134 | 0.874 |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะของที่พักในหมู่บ้านคีรีวง

| องค์ประกอบ                    | ลักษณะของที่พักในหมู่บ้านคีรีวง |      |                                       |      |           |      |           |      |                            |      |   |      | F      | Sig   |
|-------------------------------|---------------------------------|------|---------------------------------------|------|-----------|------|-----------|------|----------------------------|------|---|------|--------|-------|
|                               | ไม่พักค้างคืน                   |      | ที่พักของ<br>ครอบครัว/<br>ญาติ/เพื่อน |      | รีสอร์ต   |      | โฮมสเตย์  |      | วัด/สถานที่<br>ปฏิบัติธรรม |      | ที่พักอุทยาน<br>แห่งชาติ/รับรอง<br>ราชการ/เอกชน |      |        |       |
|                               | $\bar{x}$                       | SD   | $\bar{x}$                             | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$                  | SD   | $\bar{x}$                                       | SD   |        |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.30                            | 0.36 | 4.35                                  | 0.28 | 4.27      | 0.37 | 4.42      | 0.34 | 4.37                       | 0.35 | 4.40  | 0.18 | 2.348* | 0.041 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.06                            | 0.46 | 3.44                                  | 0.50 | 3.05      | 0.48 | 3.22      | 0.47 | 3.14                       | 0.41 | 3.64  | 0.15 | 4.503* | 0.001 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.31                            | 0.67 | 4.30                                  | 0.46 | 4.29      | 0.65 | 4.42      | 0.59 | 4.45                       | 0.46 | 4.33  | 0.30 | 0.607  | 0.695 |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.42                            | 0.46 | 4.40                                  | 0.44 | 4.44      | 0.45 | 4.44      | 0.51 | 4.48                       | 0.28 | 4.44  | 0.50 | 0.056  | 0.998 |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.30                            | 0.60 | 4.30                                  | 0.55 | 4.29      | 0.62 | 4.36      | 0.59 | 4.40                       | 0.35 | 4.33  | 0.52 | 0.243  | 0.943 |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.28                            | 0.42 | 4.20                                  | 0.55 | 4.22      | 0.45 | 4.36      | 0.39 | 4.39                       | 0.25 | 4.52  | 0.27 | 1.710  | 0.131 |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.25                            | 0.52 | 4.20                                  | 0.43 | 4.23      | 0.54 | 4.38      | 0.51 | 4.40                       | 0.35 | 4.13  | 0.50 | 1.393  | 0.226 |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.45                            | 0.57 | 4.18                                  | 0.62 | 4.39      | 0.62 | 4.54      | 0.48 | 4.34                       | 0.49 | 4.42  | 0.38 | 1.436  | 0.210 |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.33                            | 0.60 | 4.38                                  | 0.50 | 4.37      | 0.60 | 4.41      | 0.55 | 4.29                       | 0.60 | 4.33  | 0.38 | 0.332  | 0.894 |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.88                            | 0.32 | 3.85                                  | 0.40 | 3.85      | 0.32 | 3.88      | 0.28 | 4.12                       | 0.30 | 4.06  | 0.34 | 2.223  | 0.051 |
| <b>ภาพรวม</b>                 | 4.16                            | 0.34 | 4.16                                  | 0.35 | 4.14      | 0.35 | 4.24      | 0.32 | 4.24                       | 0.19 | 4.26  | 0.20 | 1.372  | 0.234 |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.41** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

| องค์ประกอบ | จำนวนผู้ร่วมเดินทาง |        |          |           |             | F | Sig |
|------------|---------------------|--------|----------|-----------|-------------|---|-----|
|            | เดินทางคนเดียว      | 2-4 คน | 5 – 7 คน | 8 – 10 คน | 11 คนขึ้นไป |   |     |

|                               | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          | $\bar{x}$   | SD          |              |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| F1 อັตลัษณ์ขงพ้ันที่          | 4.20        | 0.38        | 4.29        | 0.39        | 4.45        | 0.30        | 4.30        | 0.35        | 4.38        | 0.36        | 2.635*       | 0.034        |
| F2 ล้ิงอำนวยควมสะดวก          | 3.07        | 0.42        | 3.12        | 0.49        | 3.07        | 0.46        | 3.08        | 0.48        | 3.24        | 0.45        | 2.199        | 0.068        |
| F3 ผลประโยชน้จกการทอ้งเท้ียว  | 4.42        | 0.70        | 4.23        | 0.70        | 4.45        | 0.53        | 4.30        | 0.65        | 4.42        | 0.58        | 1.488        | 0.205        |
| F4 การข้ถึงพ้ันที่            | 4.38        | 0.55        | 4.44        | 0.42        | 4.44        | 0.57        | 4.41        | 0.48        | 4.47        | 0.42        | 0.346        | 0.846        |
| F5 การส้ือควมหมย              | 4.43        | 0.47        | 4.20        | 0.60        | 4.37        | 0.61        | 4.32        | 0.65        | 4.29        | 0.62        | 0.625        | 0.645        |
| F6 รูปแบบการทอ้งเท้ียว        | 4.37        | 0.52        | 4.18        | 0.41        | 4.32        | 0.45        | 4.33        | 0.41        | 4.25        | 0.46        | 1.617        | 0.169        |
| F7 คุณค้ะในกรทอ้งเท้ียว       | 4.36        | 0.33        | 4.30        | 0.42        | 4.33        | 0.64        | 4.30        | 0.44        | 4.26        | 0.60        | 0.524        | 0.718        |
| F8 ควมปลอดค้ภัยในกรทอ้งเท้ียว | 4.26        | 0.52        | 4.34        | 0.49        | 4.43        | 0.64        | 4.44        | 0.61        | 4.53        | 0.50        | 0.426        | 0.790        |
| F9 ประสบการณ้จกการทอ้งเท้ียว  | 4.42        | 0.59        | 4.49        | 0.47        | 4.28        | 0.53        | 4.42        | 0.62        | 4.43        | 0.58        | 0.625        | 0.645        |
| F10 กรบรหิรจ้ัดการทอ้งเท้ียว  | 4.32        | 0.60        | 4.39        | 0.52        | 3.82        | 0.36        | 3.84        | 0.28        | 4.00        | 0.35        | 4.094*       | 0.003        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>3.84</b> | <b>0.30</b> | <b>3.95</b> | <b>0.31</b> | <b>4.13</b> | <b>0.34</b> | <b>4.18</b> | <b>0.35</b> | <b>4.23</b> | <b>0.33</b> | <b>1.711</b> | <b>0.147</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.42** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

| องค์ประกอบ           | พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง |      |                                  |      |                             |      |               |      | F     | Sig   |
|----------------------|-------------------------|------|----------------------------------|------|-----------------------------|------|---------------|------|-------|-------|
|                      | พาหนะส่วนตัว/<br>รถยนต์ |      | รถสองแถวในพื้นที่/<br>รถประจำทาง |      | รถเช่า เช่น รถตู้<br>รถยนต์ |      | รถทัวร์/รถบัส |      |       |       |
|                      | $\bar{x}$               | SD   | $\bar{x}$                        | SD   | $\bar{x}$                   | SD   | $\bar{x}$     | SD   |       |       |
| F1 อັตลัษณ์ขงพ้ันที่ | 4.38                    | 0.33 | 4.26                             | 0.41 | 4.33                        | 0.38 | 4.33          | 0.36 | 0.608 | 0.610 |

|                               |             |             |             |             |             |             |             |             |              |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.24        | 0.48        | 2.90        | 0.45        | 3.01        | 0.36        | 3.14        | 0.48        | 3.437*       | <b>0.017</b> |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.46        | 0.53        | 4.04        | 0.68        | 4.31        | 0.71        | 4.34        | 0.63        | 1.903        | 0.129        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.47        | 0.53        | 4.27        | 0.40        | 4.47        | 0.42        | 4.43        | 0.46        | 0.872        | 0.455        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.34        | 0.61        | 4.13        | 0.61        | 4.41        | 0.57        | 4.31        | 0.59        | 0.866        | 0.459        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.30        | 0.42        | 4.17        | 0.54        | 4.42        | 0.28        | 4.28        | 0.42        | 1.925        | 0.125        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.34        | 0.52        | 4.19        | 0.54        | 4.29        | 0.52        | 4.28        | 0.51        | 0.432        | 0.730        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.48        | 0.54        | 4.18        | 0.64        | 4.62        | 0.50        | 4.44        | 0.55        | 2.650*       | <b>0.049</b> |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.44        | 0.55        | 4.18        | 0.70        | 4.47        | 0.50        | 4.34        | 0.59        | 1.454        | 0.227        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.91        | 0.33        | 3.71        | 0.23        | 3.95        | 0.30        | 3.88        | 0.31        | 2.379        | 0.069        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.23</b> | <b>0.33</b> | <b>4.00</b> | <b>0.38</b> | <b>4.23</b> | <b>0.26</b> | <b>4.18</b> | <b>0.34</b> | <b>2.312</b> | <b>0.076</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.43** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเส้นทางการเดินทาง

| องค์ประกอบ                    | เส้นทางการเดินทาง             |      |                             |      |                         |      | F     | Sig   |
|-------------------------------|-------------------------------|------|-----------------------------|------|-------------------------|------|-------|-------|
|                               | จากบ้านมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง |      | ไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อน |      | เส้นทางผ่านในการเดินทาง |      |       |       |
|                               | $\bar{x}$                     | SD   | $\bar{x}$                   | SD   | $\bar{x}$               | SD   |       |       |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.34                          | 0.34 | 4.34                        | 0.36 | 4.31                    | 0.37 | 0.167 | 0.847 |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.14                          | 0.50 | 3.15                        | 0.47 | 3.03                    | 0.45 | 1.506 | 0.223 |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 3.13                          | 0.47 | 4.38                        | 0.59 | 4.27                    | 0.73 | 0.464 | 0.629 |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.42                          | 0.52 | 4.43                        | 0.45 | 4.45                    | 0.46 | 0.090 | 0.914 |

|                               |             |             |             |             |             |             |              |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.29        | 0.61        | 4.34        | 0.58        | 4.30        | 0.63        | 0.238        | 0.788        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.26        | 0.44        | 4.31        | 0.40        | 4.31        | 0.46        | 0.302        | 0.740        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.29        | 0.54        | 4.29        | 0.51        | 4.28        | 0.51        | 0.021        | 0.979        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.45        | 0.58        | 4.45        | 0.53        | 4.49        | 0.62        | 0.108        | 0.898        |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.39        | 0.56        | 4.36        | 0.58        | 4.33        | 0.60        | 0.219        | 0.804        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.86        | 0.32        | 3.89        | 0.31        | 3.91        | 0.32        | 0.396        | 0.674        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.18</b> | <b>0.34</b> | <b>4.19</b> | <b>0.32</b> | <b>4.17</b> | <b>0.35</b> | <b>0.120</b> | <b>0.887</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง

| องค์ประกอบ                    | จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง |      |             |      |           |      |                 |      | F      | Sig          |
|-------------------------------|--|------|-------------|------|-----------|------|-----------------|------|--------|--------------|
|                               | มาเป็นครั้งแรก                                   |      | 2 - 3 ครั้ง |      | 4-5 ครั้ง |      | มากกว่า 6 ครั้ง |      |        |              |
|                               | $\bar{x}$  | SD   | $\bar{x}$   | SD   | $\bar{x}$ | SD   | $\bar{x}$       | SD   |        |              |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.33   | 0.36 | 4.36        | 0.34 | 4.36      | 0.30 | 4.50            | 0.44 | 0.413  | 0.744        |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.12   | 0.48 | 3.21        | 0.42 | 3.17      | 0.50 | 3.18            | 0.54 | 0.447  | 0.719        |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.33   | 0.64 | 4.60        | 0.31 | 4.15      | 0.75 | 3.92            | 1.07 | 3.147* | <b>0.025</b> |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.42   | 0.47 | 4.55        | 0.44 | 4.30      | 0.63 | 4.58            | 0.17 | 1.219  | 0.302        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.31   | 0.60 | 4.45        | 0.49 | 4.37      | 0.63 | 4.33            | 0.47 | 0.680  | 0.564        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.29   | 0.42 | 4.31        | 0.40 | 4.56      | 0.22 | 4.39            | 0.16 | 1.305  | 0.272        |

|                               |             |             |             |             |             |             |             |             |              |              |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.28        | 0.51        | 4.38        | 0.52        | 4.16        | 0.48        | 4.45        | 0.50        | 0.741        | 0.528        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.44        | 0.56        | 4.55        | 0.53        | 4.58        | 0.40        | 4.63        | 0.25        | 0.713        | 0.545        |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว | 4.34        | 0.59        | 4.55        | 0.41        | 4.31        | 0.48        | 4.50        | 0.71        | 1.511        | 0.211        |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว | 3.89        | 0.31        | 3.87        | 0.30        | 4.02        | 0.39        | 3.75        | 0.22        | 0.823        | 0.482        |
| <b>ภาพรวม</b>                 | <b>4.17</b> | <b>0.34</b> | <b>4.28</b> | <b>0.24</b> | <b>4.20</b> | <b>0.23</b> | <b>4.22</b> | <b>0.32</b> | <b>1.246</b> | <b>0.293</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง

| องค์ประกอบ                    | ช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง |      |                   |      |                   |      |                  |      | F      | Sig          |
|-------------------------------|-----------------------|------|-------------------|------|-------------------|------|------------------|------|--------|--------------|
|                               | มกราคม – มีนาคม       |      | เมษายน – มิถุนายน |      | กรกฎาคม – กันยายน |      | ตุลาคม – ธันวาคม |      |        |              |
|                               | $\bar{x}$             | SD   | $\bar{x}$         | SD   | $\bar{x}$         | SD   | $\bar{x}$        | SD   |        |              |
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        | 4.40                  | 0.31 | 4.33              | 0.42 | 4.40              | 0.34 | 4.33             | 0.36 | 0.544  | 0.653        |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.22                  | 0.40 | 2.69              | 0.26 | 3.44              | 0.37 | 3.12             | 0.48 | 4.393* | <b>0.005</b> |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว | 4.62                  | 0.33 | 4.17              | 0.94 | 4.47              | 0.30 | 4.32             | 0.65 | 2.220  | 0.085        |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          | 4.54                  | 0.47 | 4.61              | 0.33 | 4.40              | 0.54 | 4.42             | 0.47 | 0.866  | 0.459        |
| F5 การสื่อความหมาย            | 4.41                  | 0.49 | 4.61              | 0.44 | 4.36              | 0.58 | 4.31             | 0.60 | 0.741  | 0.528        |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        | 4.36                  | 0.37 | 4.53              | 0.30 | 4.30              | 0.40 | 4.29             | 0.42 | 0.887  | 0.448        |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      | 4.47                  | 0.41 | 4.10              | 0.64 | 4.27              | 0.61 | 4.28             | 0.51 | 1.509  | 0.212        |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.55                  | 0.49 | 4.83              | 0.30 | 4.43              | 0.53 | 4.44             | 0.56 | 1.247  | 0.292        |



|                                  |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว    | 4.53 | 0.39 | 4.50 | 0.63 | 4.48 | 0.43 | 4.34 | 0.59 | 1.217 | 0.303 |
| F10 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว | 3.92 | 0.29 | 3.81 | 0.25 | 3.90 | 0.39 | 3.88 | 0.31 | 0.252 | 0.860 |
| <b>ภาพรวม</b>                    | 4.30 | 0.21 | 4.22 | 0.31 | 4.24 | 0.26 | 4.17 | 0.34 | 1.457 | 0.226 |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามลักษณะของการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามลักษณะของที่พักในหมู่บ้านคีรีวง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของที่พักแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของที่พักแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบกรท่งเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามเส้นทางการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเส้นทางการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 ด้าน แยกพิจารณาตามช่วงเวลาเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาเดินทางในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในตัวองค์ประกอบย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตารางที่ 4.46** แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทาง ที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เส้นทางในการเดินทาง จำนวนครั้ง และช่วงเวลาในการเดินทาง

| องค์ประกอบ                    | การเดินทาง | ที่พัก | จำนวน  | พาหนะ  | เส้นทาง | จำนวนครั้ง | ช่วงเวลา |
|-------------------------------|------------|--------|--------|--------|---------|------------|----------|
| F1 อัตลักษณ์ของพื้นที่        |            | 0.041* | 0.034* |        |         |            |          |
| F2 สิ่งอำนวยความสะดวก         |            | 0.001* |        | 0.017* |         |            | 0.005*   |
| F3 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว |            |        |        |        |         | 0.025*     |          |
| F4 การเข้าถึงพื้นที่          |            |        |        |        |         |            |          |
| F5 การสื่อความหมาย            |            |        |        |        |         |            |          |
| F6 รูปแบบการท่องเที่ยว        |            |        |        |        |         |            |          |
| F7 คุณค่าในการท่องเที่ยว      |            |        |        |        |         |            |          |
| F8 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว |            |        |        | 0.049* |         |            |          |
| F9 ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว |            |        |        |        |         |            |          |
| F10 การบริหารจัดการท่องเที่ยว |            |        | 0.003* |        |         |            |          |
| <b>ภาพรวม</b>                 |            |        |        |        |         |            |          |

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.46 แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง โดยพิจารณาจากพิจารณาจากข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทาง ที่พัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เส้นทาง การเดินทาง จำนวนครั้ง และช่วงเวลาในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวงที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1. ลักษณะการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน
2. ที่พัก นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่พักที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 2 ด้าน คือ อัตลักษณ์ของพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 2 ด้าน คือ อัตลักษณ์ของพื้นที่ และการบริหารจัดการท่องเที่ยว
4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
5. เส้นทางการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีเส้นทางในการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน
6. จำนวนครั้งการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งการเดินทางที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
7. ช่วงเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางที่ต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยวัตถุประสงค์เพื่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อที่จะนำไปกำหนดนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental-Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้น 400 ราย ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดย ค่าทางสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการลดจำนวนตัวแปร โดยการรวมตัวแปรหลาย ๆ ตัวให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน องค์ประกอบที่ได้ถือเป็นตัวแปรใหม่ โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และผู้วิจัยใช้สถิติและหาค่าความแตกต่างโดยการใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่า p-value ที่ 0.05 เพื่อหาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ได้วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาทั้งหมดได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 สำหรับบทนี้จะนำเสนอใน 3 ประเด็นได้แก่ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี16-20 ปี สถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ มีการศึกษาที่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน โดยเดินทางมากับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง ไม่มีการพักค้างคืนในหมู่บ้านคีรีวง เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะ 8 – 10 คน เดินทางด้วยรถทัวร์/รถบัสมากที่สุด ส่วนใหญ่จะไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อนที่จะเดินทางมายังหมู่บ้านคีรีวง และเดินทางมาเป็นครั้งแรก เดินทางในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม สินค้าที่ระลึก/ของฝากที่ซื้อ ส่วนใหญ่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และต้องการสัมผัสวิถีของชุมชนมากที่สุด

1.3 ผลการศึกษาระดับสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชในระดับมากที่สุด จำนวน 58 ปัจจัยจาก 80 ปัจจัย ดังรายละเอียดตามตารางที่ 5.1

**ตาราง 5.1** ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(ระดับมากที่สุด) ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

| ที่ | ปัจจัย   |
|-----|--|
| 1   | ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ |
| 2   | ความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว  |
| 3   | อากาศปราศจากฝุ่นและควัน  |
| 4   | ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว                                    |

**ตาราง 5.1** (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  |
|-----|---|
| 5   | การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ |
| 6   | สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก  |
| 7   | ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง                               |
| 8   | ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว   |



- 
- 9 มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว
  - 10 การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง
  - 11 ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน
  - 12 กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
  - 13 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป
  - 14 คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน
  - 15 มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย
  - 16 ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น
  - 17 ระบบคมนาคมขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก
  - 18 ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี
  - 19 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล
  - 20 สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์
  - 21 สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่
  - 22 ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว
  - 23 การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
  - 24 มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทุกเวลา
  - 25 ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า
  - 26 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ดูแลเพียงพอและดูแลทั่วถึง
- 

#### ตาราง 5.1 (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย  |
|-----|---|
| 27  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม                      |
| 28  | มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน  |
| 29  | ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม               |
| 30  | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์     |
| 31  | ความเป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก                               |
| 32  | นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ                                |
| 33  | มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล                               |
| 34  | สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานได้ |

---

- 
- 35 คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน
  - 36 โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
  - 37 มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
  - 38 นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น
  - 39 ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย
  - 40 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีฐานมาจากองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น
  - 41 วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว
  - 42 มีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
  - 43 จัดกิจกรรมส่งเสริมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง
  - 44 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน
  - 45 สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย
  - 46 เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาได้จากการเดินทางด้วยตนเอง
  - 47 การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง
  - 48 ชุมชนมีการต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่
  - 49 การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว
- 

#### ตาราง 5.1 (ต่อ)

| ที่ | ปัจจัย   |
|-----|--|
| 50  | คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น   |
| 51  | มีการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว อินเทอร์เน็ตและสื่อเชิงสังคม          |
| 52  | มีการจัดมุมประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้บอกความรู้สึกที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชน                        |
| 53  | เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์           |
| 54  | การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน |
| 55  | คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น  |
| 56  | มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน  |
| 57  | การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง                                    |
| 58  | การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว                                      |

---

จากตารางที่ 5.1 พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับมากที่สุดจำนวน 58 ปัจจัย โดย 10 อันดับปัจจัยแรกประกอบด้วย ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ ความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว อากาศปราศจากฝุ่นและควัน ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ชุมชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว และการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง

1.4 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

ปัญหา อุปสรรค ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ความสะอาดถูกสุขลักษณะและจำนวนของห้องน้ำเพียงพอ ตามด้วยความแออัดของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาล เส้นทางสัญจรภายในหมู่บ้านไม่เหมาะสำหรับการเดินทางด้วยพาหนะที่มีขนาดใหญ่ บางช่วงมีความแคบ ลาดชัน บางจุดเสี่ยงต่อความเสียหายของพื้นผิวถนน สายไฟและกิ่งไม้ จุดจอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่และปริมาณในการรองรับค่อนข้างจำกัด การจัดการเรื่องของความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์ ในช่วงฤดูกลหน้าผลไม้ชุมชนบางส่วนไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยว โฮมสเตย์บางหลังสร้างแยกออกจากเจ้าของบ้าน ทำให้ขาดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่พบว่าควรพัฒนาในด้าน การจัดระเบียบและพื้นที่สำหรับรถยนต์ขนาดใหญ่หรือส่งเสริมให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยว ภายในชุมชน ส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำชมหมู่บ้านในช่วงวันหยุด ส่งเสริมให้มีการทำอาหารพื้นบ้านจากพืชผักผลไม้ในท้องถิ่นในการรับรองนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ควรจัดทำฐานข้อมูลรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบหรือมีโอกาสเลือกได้ตามความต้องการ ตามลำดับ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**

2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

องค์ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีตัวแปรก่อนการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 80 ตัวแปร หลังจากการวิเคราะห์หาค่าตัวแปรได้เป็นองค์ประกอบจำนวน 10 องค์ประกอบ คงเหลือ 54 ตัวแปร ประกอบด้วยองค์ประกอบด้าน อัตลักษณ์ของพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึงพื้นที่

การสื่อความหมาย รูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบ อັตลักษณ์ของพื้นที่ มีค่า Eigenvalues มากที่สุด ตามด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริหารจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช ทั้ง 10 องค์ประกอบ มีค่า Commulative Variance คือ 76.88

เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) พบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่ามากที่สุด อยู่ในองค์ประกอบ คุณค่าในการท่องเที่ยว และ รูปแบบการท่องเที่ยว และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่น้อยที่สุด คือผลประโยชน์ จากการท่องเที่ยว

2.2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 องค์ประกอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อັตลักษณ์ของพื้นที่ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึง พื้นที่ การสื่อความหมาย รูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ตามลำดับ ตามด้วย การบริหารจัดการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ใน ระดับมาก และ สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง

**การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล**

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ยอมรับสมมุติฐาน คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ให้ ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวงที่แตกต่างกัน โดย นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านของ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพ ศาสนา ต่างกันให้ความสำคัญ กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน รูปแบบการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันให้ ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน คือ รูปแบบการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว ยกเว้น ปัจจัยระดับการศึกษาและ จังหวัดที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์

### การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษารูปได้ว่า ยอมรับสมมุติฐาน คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวงที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่พักที่แตกต่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ อัตลักษณ์ของพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างคือ อัตลักษณ์ของพื้นที่และการบริหารจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งการเดินทางที่แตกต่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างคือ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางที่ต่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างคือ สิ่งอำนวยความสะดวก ยกเว้น ลักษณะการเดินทางและเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หมู่บ้านคีรีวงต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา รวมทั้งรักษามาตรฐานไว้ได้แก่ อัตลักษณ์ของพื้นที่ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึงพื้นที่ การสื่อความหมาย รูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว เป็นอันดับแรกเนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

#### 3.1 ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่

ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่พักและจำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว จะให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่พักในหมู่บ้านคีรีวง จะเลือกพักโฮมสเตย์ เพื่อที่จะต้องการซึบซับ เรียนรู้ความเป็นท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมาเยือนเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ บางครั้งไม่สามารถเข้าถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่แท้จริงของพื้นที่ได้ จุดเด่นของหมู่บ้านคีรีวง **ที่ต้องร่วมกันรักษาให้คงไว้** คีรีวงเป็นชุมชนที่โดดเด่นในด้านการพึ่งตนเอง มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่ดำรงอยู่ได้โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นสำคัญ มีการรวมกลุ่มในการพึ่งพาตนเอง และมีการเรียนรู้ไปด้วยกัน เป็นชุมชนเล็กๆ ตั้งอยู่ในที่ราบหุบเขาของเทือกเขานครศรีธรรมราชพื้นที่ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์เก่าแก่และน่าภูมิใจในความเป็นมา ความกล้าหาญ ความอดทนและการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่นับย้อนไปได้กว่า 200 ปีที่ผ่านมา คนในชุมชนส่วนใหญ่ล้วนเป็นเครือญาติกันมีการพึ่งพิงช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ชาวคีรีวงร้อยละ 68 มีงานทำตลอดปี จากการทำสวนสมรม และมีช่วงว่าง

จากการผลิตประมาณ 3 เดือน ซึ่งเป็นช่วงฤดูน้ำหลาก จะอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ชาวบ้านจะรวมกลุ่มทำอาชีพเสริม เช่น แปรรูปผลผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ได้แก่ ผ้ามัดย้อม สีธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดย้อม เครื่องจักสาน การแปรรูปสมุนไพร การถนอมอาหารจากผลผลิตในสวนสมรม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษที่ส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น จนเกิดเป็นการรวมกลุ่มอาชีพต่างๆ ปัจจุบันกลุ่มอาชีพดังกล่าวได้เป็นแหล่งเรียนรู้ดูงานที่สำคัญ และได้พัฒนาสู่การท่องเที่ยวโดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มอาชีพมากขึ้น วิฤตจากภัยธรรมชาติในครั้งอดีตทำให้คนในชุมชนมีการเรียนรู้การแก้ไขปัญหา ร่วมกัน ส่งผลทำให้อัตลักษณ์ดังกล่าวยังคงอยู่ถึงปัจจุบัน การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ได้สัมผัสและเข้าถึงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่มากขึ้น

### 3.2 ด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงมากกว่า 1 ครั้ง จะมีความคาดหวังถึงสิ่งที่จะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป เมื่อกกล่าวถึงการท่องเที่ยวสำหรับหมู่บ้านคีรีวงนั้น พบว่า การท่องเที่ยวเป็นเพียงอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนเท่านั้น การเปิดตัวหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้เกิดชมรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์บ้านคีรีวง ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ ให้ความรู้เรื่องวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านมีการคิดผลิตภัณฑ์ตนเอง เกิดกลุ่มอาชีพต่างๆ มีระบบการดูแลตนเอง ดูแลเพื่อนบ้าน(ตามความสามารถ) โดยมีรับประโยชน์ร่วมและรับปัญหาร่วมกัน ชาวบ้านพยายามที่จะรวมกลุ่มกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองจากนายทุนภายนอก แม้กระแสจากสื่อสังคมในปัจจุบันทำให้คนภายนอกรู้จักหมู่บ้านคีรีวงมากขึ้น เข้ามาเยือนมาท่องเที่ยวชุมชนคีรีวงมากขึ้น นายทุนจากภายนอกเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจ แต่ด้วยความเข้มแข็งของชุมชน ทำให้มีการเปลี่ยนมือในที่ทำกินน้อยมาก ส่วนใหญ่นายทุนภายนอกจะมาร่วมลงทุนธุรกิจมากกว่าดำเนินการเอง และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ชมรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์บ้านคีรีวงมีแผนการจัดการผลประโยชน์รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งจะจัดสรรมาเพื่อเป็นกองทุนคืนกลับเพื่อการพัฒนาหมู่บ้าน การท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงขับเคลื่อนไปได้ด้วยตัวเอง แต่ละกลุ่มอาชีพที่รองรับกิจกรรมท่องเที่ยว โฮมสเตย์ รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝาก สินค้าที่ระลึก มีการดำเนินการอย่างเสรีปราศจากการแข่งขันในเชิงธุรกิจ เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมเท่านั้น แม้ไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาชุมชนก็ยังดำรงชีวิตอยู่ได้ เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา กลับสร้างโอกาส สร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น คนในชุมชนส่วนใหญ่ ไม่ได้ยึดติดกับรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยว แต่กลับรู้สึกภาคภูมิใจที่คนภายนอกได้เข้ามาเยือนและเยี่ยมชมหมู่บ้านคีรีวง การจัดการด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงนั้นควรจะ**รักษามาตรฐานไว้ให้คงอยู่กับหมู่บ้านคีรีวงตลอดไป** โดยควรจัดให้มีการเรียนรู้ในหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

### 3.3 ด้านการเข้าถึงพื้นที่

ด้านการเข้าถึงพื้นที่ หมู่บ้านคีรีวงตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 30 กิโลเมตร ในปี พ.ศ. 2541 หมู่บ้านคีรีวงได้รับรางวัลกินนรีทองคำ รางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภท เมืองและชุมชน (Thailand Tourism Awards 1998) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้รับการจัดสรรงบประมาณการก่อสร้างถนนในชุมชนระยะทาง 10 กิโลเมตร เพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน และยังสะดวกสำหรับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น แม้ว่าการเดินทางส่วนใหญ่จะสามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี แต่ควรหลีกเลี่ยงในช่วงฤดูน้ำหลาก เนื่องจากอาจเกิดน้ำป่าได้ จากการศึกษาข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า คีรีวง*ควรส่งเสริม*ให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่อง ของเส้นทางการสัญจรภายในชุมชนมีขนาดเล็กและบางจุดลาดชัน ไม่เหมาะสำหรับรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่ ทั้งจุดจอดรถมีอยู่จำกัด หากเดินทางมาเป็นหมู่คณะ ควรส่งเสริมให้ใช้บริการรถโดยสารในพื้นที่ นอกจากขำนาญเส้นทางและคลองตัวยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอีกทาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามา*พัฒนาเส้นทางการเข้าถึงให้มีประสิทธิภาพรองรับการใช้งานอย่างต่อเนื่อง* ด้วย หมู่บ้านคีรีวงมีการเดินทางท่องเที่ยวกระจายตลอดทั้งปี ถนนบางสายไม่ได้ถูกสร้างหรือออกแบบมา เพื่อรองรับรถยนต์ขนาดใหญ่ ในบางช่วงอาจชำรุดไปบ้าง

### 3.4 ด้านการสื่อความหมาย

ด้านการสื่อความหมาย การบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนให้แก่ผู้มาเยือน และนักท่องเที่ยว คนในชุมชนส่วนใหญ่ล้วนทราบถึงความเป็นมาของหมู่บ้านเป็นอย่างดี ผู้ประสานงานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง จะทำหน้าที่หลักในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน ร่วมทั้งการให้ข้อมูลในภาพรวม ในส่วนของการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ จะมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้สื่อความหมายบอกเล่าเรื่องราวอยู่แล้ว ในปัจจุบันกลับพบว่า ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ จากการศึกษาข้อเสนอแนะจาก นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า หมู่บ้านคีรีวง*ควรส่งเสริม*ให้เยาวชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ น้อยนาชมหมู่บ้านในช่วงวันหยุด ซึ่งปัจจุบันมีการรวมตัวของเยาวชนในพื้นที่ในนามของกลุ่มลูกขุนน้ำ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านละครเงา โดยสามารถแสดงได้ในหลายภาษา ไม่เฉพาะแต่ภาษาไทยเท่านั้น เยาวชนลูกขุนน้ำสามารถสื่อถ่ายทอดออกมาเป็นภาษาอังกฤษและ ภาษาญี่ปุ่น ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ที่มีความรู้และได้รับการสนับสนุนทุนในการทำกิจกรรมจาก ต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการสื่อความหมายที่สร้างสรรค์ โดยใช้ตัวละครเป็นสื่อในการเล่าเรื่อง นอกเหนือจากการบอกเล่าปากเปล่าด้วยคนเพียงอย่างเดียว

### 3.5 ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว

ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว กระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดให้ชุมชนคีรีวงเป็น หมู่บ้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโครงการต้นแบบ 1 ใน 20 หมู่บ้านใน 19 จังหวัดทั่วประเทศ และได้สนับสนุนงบประมาณก่อสร้างศูนย์ผลิตภัณฑชุมชนแก่ หมู่บ้านคีรีวง และกระทรวงมหาดไทย โดยหน่วยงานพัฒนาชุมชนกำหนดให้ชุมชนคีรีวงเป็นหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ และต่อมากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้คัดเลือกชุมชนคีรีวงเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป 1 ใน 4 หมู่บ้านต้นแบบทั่ว

ประเทศ จากประเด็นดังกล่าวทำให้แต่ละปีมีผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยว เข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก จากวิกฤตภัยธรรมชาติคนศรีวังจะเปิดรับการให้ความช่วยเหลือ การพัฒนาและส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ ในช่วงแรกจะเข้ามาเพื่อเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่างๆ ต่อมาแต่ละกลุ่มเองได้มีการปรับรูปแบบการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากการสาธิตแล้ว มีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือสร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในต้นทุนเพียงเล็กน้อย และนักท่องเที่ยวเหล่านั้นสามารถเก็บผลงานกลับไปเป็นของที่ระลึกได้เลย แต่ในปัจจุบัน พบว่านักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดูงานส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่มาก บ่อยครั้งไม่มีการลงมือปฏิบัติจริง อุปกรณ์ไม่เพียงพอบ้าง กระบวนการขั้นตอนของกิจกรรมบางครั้งยาวนานเกินไป ในประเด็นปัญหาอุปสรรคดังกล่าว ชุมชนต้องร่วมกันหา*แนวทางในการพัฒนา* เพื่อจะสามารถจัดรูปแบบที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากกิจกรรมในบางกลุ่มอาชีพมีความคล้ายคลึงกันมาก ดังนั้นในแต่ละกลุ่มอาชีพต้องสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มขึ้น นอกจากนั้นควรมี*การต่อยอดกิจกรรม*จากฐานทรัพยากร องค์ความรู้ และวิถีที่ชุมชนมี เนื่องด้วยจากสื่อสังคมที่ทันสมัยในปัจจุบัน เกิดการลอกเลียนแบบกิจกรรมได้ง่าย แต่หากชุมชนสร้างสรรค์กิจกรรมจากฐานทรัพยากรที่ชุมชนมีจะสร้างความ เป็นเอกลักษณ์และสร้างความยั่งยืนอย่างสร้างสรรค์ให้กับชุมชนในระยะยาวต่อไปและยากต่อการเลียนแบบ จากการศึกษาข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า หมู่บ้านศรีวังควร*ส่งเสริม*ให้มีการทำอาหารพื้นบ้านจากพืชผักผลไม้ในท้องถิ่นในการรับรองนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

### 3.6 ด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว

ในด้านคุณค่าในการท่องเที่ยว จากด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังจะมีลักษณะที่เฉพาะตัวด้วยชุมชนมีความเป็นอัตลักษณ์ ธรรมชาติแวดล้อมที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ การคงอยู่ซึ่งวิถีภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษที่ยังคงสืบทอดกันในยุคปัจจุบัน ทำให้ชุมชนสามารถสร้างสรรค์การท่องเที่ยวอยู่บนฐานที่ชุมชนมี และชุมชนเองพร้อมจะทำหน้าที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นตัวตนในทุกมุมมองให้คนภายนอกรับทราบอย่างจริงจัง มีการร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนต่างๆอย่างสม่ำเสมอ จากรางวัลกินนรีทองคำ รางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทเมืองและชุมชน (Thailand Tourism Awards 1998) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก *การส่งเสริม*ให้คนในชุมชนเห็นถึงคุณค่าในฐานทรัพยากรที่ชุมชนมีในการท่องเที่ยว และคัดสรรส่งมอบแต่แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน จึงเป็นอีกประเด็นที่ต้องรักษาไว้ เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว ถ้าเมื่อใดที่คนในชุมชนไม่เห็นถึงคุณค่าจากสิ่งที่ชุมชนมี แล้วจะสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสได้อย่างไร

### 3.7 ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวัง เดิมเป็นศรีวังเป็นหมู่บ้านขนาดเล็กจึงอยู่กันแบบเครือญาติ มีการลงแขกช่วยเหลือกัน บุคคลภายนอกไม่สามารถจะแปลกปลอมเข้ามาได้ คดีอาชญากรรมจึงมีน้อย ส่งผลให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมีสูงมาก แต่เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา ชุมชน*ต้องมีการพัฒนา*การดูแลเรื่องของความปลอดภัยในการ



ห้องที่เยวมากขึ้น นอกจากการดูแลตนเองภายในชุมชน ยังต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในของความปลอดภัยในเรื่องของเส้นทางการเข้าถึง การสัญจรภายในชุมชนเอง ด้วยทำเลที่ตั้งของชุมชนในช่วงฤดูน้ำหลากอาจมีการเสี่ยงต่อน้ำป่าได้ ต้องมีการเตรียมอุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย นอกจากนั้นในเรื่องของการปฐมพยาบาล ในชุมชนเองมีโรงพยาบาลส่งเสริมตำบล มาตรการด้านความปลอดภัยต้องมีการวางแผนรับมืออย่างเป็นระบบโดยเรียนรู้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมา จากวิกฤตภัยธรรมชาติดินถล่ม ชาวบ้านในชุมชนเองมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรกรรม เพื่อรักษาหน้าดิน รักษาป่าต้นน้ำ และเตรียมแผนรับมือโดยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน เนื่องจากปัจจุบันสภาพอากาศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนบางครั้งไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ ดังนั้นในทุกปีจะมีการถ่ายทอดเกี่ยวกับการรับมือภัยธรรมชาติให้กับเยาวชนและคนในชุมชน เพื่อจะได้เป็นกำลังสำคัญในการเตรียมรับมือหากเกิดขึ้นในอนาคต และสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนา คือ ควรมีการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบ หากเกิดเหตุจะสามารถช่วยเหลือบรรเทาสถานการณ์ได้

### 3.8 ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ด้วยอัตลักษณ์ของพื้นที่ ทำให้ผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ที่แปลกใหม่ และชุมชนเองพร้อมที่จะเปิดโอกาสการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เนื่องจากผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากพื้นฐานที่แตกต่างกัน การได้มาสัมผัสธรรมชาติ มิตรไมตรีจากเจ้าบ้าน แนวคิดองค์ความรู้ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดส่งต่อกันมา ยิ่งสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นได้มากยิ่งขึ้น ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบัน การใช้สื่อทางสังคมในการบอกเล่าประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวของหมู่บ้านศิรีวงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคจากนักท่องเที่ยว พบว่า โฮมสเตย์บางหลังสร้างแยกออกจากเจ้าของบ้าน ทำให้ขาดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน ดังนั้น **จึงควรพัฒนา** ในประเด็นดังกล่าว โดยอาศัยอยู่บนฐานของความต้องการของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการพื้นที่ส่วนตัว เวลาส่วนตัวและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการออกไปสัมผัสเรียนรู้กับความเป็นวิถีดั้งเดิมอย่างแท้จริง

### 3.9 ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

ในองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ยังเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีค่ามาก ในระดับมาก จากการศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านศิรีวงจากนักท่องเที่ยว พบว่า ศิรีวงยังมีปัญหาในด้านความสะอาด ถูกสุขลักษณะเนื่องจากจำนวนของห้องน้ำไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคเรื่องของความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์ ควรได้รับการ **พัฒนาอย่างเร่งด่วน** นอกจากปัญหาในด้านความสะอาด พบว่าในช่วงฤดูกาลหน้าผลไม้ชุมชนบางส่วนไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลต่อความประทับใจพึงพอใจ และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ในประเด็นดังกล่าวต้องสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนรับทราบถึงข้อจำกัดในส่วนนี้ ต้องอาศัยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคชุมชนท้องถิ่นศิรีวง สถาบันการศึกษา ร่วมมือกันในการเข้ามาจับบทบาทส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ โดยต้องคำนึงถึงความสามารถที่ชุมชนจะดำเนินการได้ด้วย การพัฒนาต่อยอดฐานทางด้านทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ สามารถสร้างและกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และพึงพอใจ เกิดการบอกต่อในด้านบวก เกิดความรู้สึกลอยกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต รวมทั้ง **ควรพัฒนาฐานข้อมูล** เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า หมู่บ้านคีรีวงควรจัดทำฐานข้อมูลรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบหรือมีโอกาสเลือกได้ตามความต้องการ

### 3.10 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจัดให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลาม ควรคำนึงถึงการปฏิบัติตามศาสนา การเตรียมพื้นที่สำหรับการละหมาด นอกจากนี้จัดให้สอดคล้องกับแต่ละช่วงอายุของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับหมู่บ้านคีรีวง สิ่งที่ยังจำเป็นและไม่ควรมองข้ามคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำนวยความสะดวก แม้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผลจากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง พบว่า มีความแออัดของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาล เส้นทางรถสัญจรภายในหมู่บ้านไม่เหมาะสำหรับการเดินทางด้วยพาหนะที่มีขนาดใหญ่ บางช่วงมีความแคบ ลาดชัน บางจุด เสี่ยงต่อความเสียหายของพื้นผิวถนน สายไฟและกิ่งไม้ จุดจอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่ และปริมาณในการรองรับค่อนข้างจำกัด ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรหาทางออกร่วมกัน ประกอบกับ ในข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวงของนักท่องเที่ยวได้มีความคิดเห็นว่า ควรพัฒนาในด้าน การจัดระเบียบและพื้นที่สำหรับรถยนต์ขนาดใหญ่ หรือส่งเสริมให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือการส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่ลดมลพิษ

## 5.2 อภิปรายผล

ระดับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 10 องค์ประกอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อัตลักษณ์ของพื้นที่ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึงพื้นที่ การสื่อความหมาย รูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ตามลำดับ ตามด้วย การบริหารจัดการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในระดับมาก และ สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ไม่สอดคล้องกับ วิยะดา เสรีวิชัย สวัสดิ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 องค์ประกอบคือ 1. คนในชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว 2.

ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น 3. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน 4. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ 5. นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หมู่บ้านคีรีวงมีจุดเด่นในด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากฐานทรัพยากรที่ชุมชนทั้งสิ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ สินเดชารักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่คาดหวังให้แหล่งท่องเที่ยวคงเอกลักษณ์ของตนเองไว้ ชอบที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และเชื่อว่าการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาชุมชนได้จริง รวมไปถึงมีความรู้สึกผูกพันต่อบุคคลสถานที่ หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ การศึกษาของ อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่า ด้านคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ มีศักยภาพระดับมาก นักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชนเผ่ามีความน่าสนใจ มีความโดดเด่นด้านภาษาและประเพณีที่สำคัญของชนเผ่า มีค่านิยมเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชนเผ่าที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับ การศึกษาของ อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพมาก โดยพบว่า มีภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมชนเผ่าที่โดดเด่น

ด้านการเข้าถึงพื้นที่ พบว่า หมู่บ้านคีรีวงควรส่งเสริมให้มีการใช้บริการรถประจำทางในพื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน นอกจากนี้เส้นทางการสัญจรภายในหมู่บ้านคีรีวงไม่เหมาะสำหรับการเดินทางด้วยพาหนะที่มีขนาดใหญ่ บางช่วงมีความแคบ ลาดชัน บางจุด เสี่ยงต่อความเสียหายของพื้นผิวถนน สายไฟและกิ่งไม้ จุดจอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่และปริมาณในการรองรับค่อนข้างจำกัด และทำเลที่ตั้งชุมชนเคยเกิดภัยธรรมชาติในอดีต และเป็นจุดเสี่ยงต่อน้ำป่าในช่วงฤดูฝน ไม่สอดคล้องกับ การศึกษาของ อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่า ด้านกายภาพของพื้นที่มีศักยภาพระดับมาก โดยพบว่า ถนนเชื่อมเส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพดี และลักษณะของภูมิประเทศทำให้ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่าหมู่บ้านคีรีวงควรส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำชมหมู่บ้านในช่วงวันหยุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ สินเดชารักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2556) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ พบว่า ร้านสุเทพสังคโลกมีการจัดรูปแบบที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่พบปัญหาในด้านการขาดคนสานต่อ คนในชุมชนไม่มีความสนใจที่จะทำสังคโลก ควรสร้างค่านิยม ปลุกฝังให้คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและใส่ใจกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติตน และสอดคล้องกับ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผล

การศึกษาขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า ขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจมากที่สุดคือการรับฟังการบรรยายประวัติความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวง มีการวางมาตรการในการจัดการเรื่องความปลอดภัย สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2556) ที่ได้มอบให้ บจก.อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ ทำการศึกษาเรื่อง โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทางคือ ข้อจำกัดด้านเวลาทั้งของตนเอง และของเพื่อนร่วมทาง (วันว่างยังไม่ตรงกัน) ข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ (ค่าใช้จ่าย) โดยเฉพาะในส่วนของงบประมาณที่มีอยู่ไม่สามารถหาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการได้ ข้อจำกัดด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป และข้อจำกัดด้านสุดท้ายเป็นข้อจำกัดด้านกายภาพ เช่น ไม่แข็งแรง เดินทางไกลไม่ได้ เป็นต้น

ในด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยว คือ โฮมสเตย์บางหลังสร้างแยกออกจากเจ้าของบ้าน ทำให้ขาดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน และในช่วงฤดูกาลหน้าผลไม้ชุมชนบางส่วนไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความประทับใจพึงพอใจ และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ไม่สอดคล้องกับ การศึกษาของ อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่า ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่มีศักยภาพปานกลาง โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมเสมือนกับเป็นคนในชนเผ่า และสามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสอดคล้องกับ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า กิจกรรมสนใจรองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน

ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว พบว่า หมู่บ้าน คีรีวงยังมีปัญหาในด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะเนื่องจากจำนวนของห้องน้ำไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคเรื่องของความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์ สอดคล้องกับ ชนินทร์ อยู่เพชร(2556) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับ ความสะดวก ความสะอาด และความปลอดภัย ในการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นให้มีความสะอาด ความปลอดภัย และการเข้าไปถึงอย่างสะดวก ทั้งนี้ชุมชนในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมได้มากขึ้น

นอกจากนี้ หมู่บ้านคีรีวงควรจัดทำฐานข้อมูลรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทราบหรือมีโอกาสเลือกได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับ วิยะดา เสรีวิ

ชยสวัสดิ์(2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษา พบว่าการดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมี 5 ขั้นตอนคือ 1. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2. การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูล 3. การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4. การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ 5. การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2556) ที่ได้มอบให้ บจก.อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ ทำการศึกษาเรื่อง โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) พบว่า สื่อที่รับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว คือ โทรทัศน์ เพื่อน/ญาติ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร คู่มือท่องเที่ยว น.ส.พ. วิทย์ ททท. บริษัทนำเที่ยว และพบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและยังส่งผลต่อการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ลดลง ผู้คนจะมองหาความบันเทิงจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าจากสื่อโทรทัศน์ การพัฒนาการสื่อสารที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในทศวรรษหน้า จะเป็นการพัฒนาโดยการนำแนวคิดใหม่ๆ (Innovative Idea) เข้ามาใช้กับการสื่อสารแบบดั้งเดิม และเมื่อมนุษย์เสพเทคโนโลยีมากขึ้นจนถึงระดับหนึ่งจะเกิดความต้องการเรื่องราว (Content) มากขึ้น เกิดการผสมผสานระหว่าง “เรื่องราวในอดีต” กับ เทคโนโลยีในปัจจุบันมากขึ้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมู่บ้านคีรีวงมีความแออัดของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาล ควรพัฒนาในด้าน การจัดระเบียบและพื้นที่สำหรับรถยนต์ขนาดใหญ่ ไม่สอดคล้องกับ การศึกษาของ อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์(2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพปานกลางโดยพบว่า มีการจัดบริการทางการท่องเที่ยวไว้ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีสถานที่จอดรถร้านอาหาร และการจัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกของชนเผ่าแก่นักท่องเที่ยว

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาเพื่อการดำเนินการต่อไป ดังนี้

1. จากการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอ ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสำหรับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงนั้นเป็นที่รู้จัก ของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาหมู่บ้านคีรีวงเพื่อมาศึกษาดูงาน เนื่องจากเป็นหมู่บ้านต้นแบบสินค้า OTOP ระดับประเทศ สำหรับหมู่บ้านคีรีวงการท่องเที่ยวเป็นเพียงอาชีพรองเท่านั้น มิใช่การท่องเที่ยวในกระแสหลัก การพัฒนาระดับการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อที่จะทำให้ผู้มาเยือนเข้าใจและเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงมากขึ้น เกิดการเรียนรู้ร่วมกันจากฐานกิจกรรมเดิมที่ชุมชนมีอยู่แล้ว โดยใช้หลักการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา และชุมชนเอง โดยอยู่บนฐานของการก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งชุมชนและผู้มาเยือนเอง

2. ชุมชนควรได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในส่วนของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีความหลากหลายและมีความแตกต่างในแต่ละกิจกรรมจัดให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในทุกช่วงวัย โดยอาศัยฐานทรัพยากรและองค์ความรู้เดิมจากสิ่งที่ชุมชนมีเป็นหลัก พร้อมทั้งจะรองรับนักท่องเที่ยวในทุกช่วงเวลา รวมทั้งการสร้างเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆจากแหล่งอื่นทั้งในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดท่องเที่ยวใกล้เคียง

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ควรให้การสนับสนุนชุมชนในส่วนของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและควรเลือกใช้สื่อให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านคีรีวง

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน โดยจัดให้สอดคล้องเอื้อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนเป็นหลัก ในส่วนของประโยชน์ที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวอันจะเป็นเพียงผลพลอยได้เท่านั้น

5. จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการศึกษาไปกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กระตุ้นและสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวเดิมกลับมาใหม่ด้วยความตั้งใจและต้องการมาด้วยตนเอง หรือสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวใหม่อยากมาเยือน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ในภาพรวมของทั้งหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น การศึกษารั้งต่อไปควรนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราชเอง หรือจังหวัดที่มีลักษณะใกล้เคียง

2. การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น การศึกษารั้งต่อไปควรมีการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในจังหวัดนครศรีธรรมราชเอง หรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อขยายฐานทางการตลาดรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนต่อไปในอนาคต

### บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2557, จาก [http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/Traveller%20Stat/2556/South/\\_3.pdf](http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/Traveller%20Stat/2556/South/_3.pdf)
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2545). *ประมวลสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: หจก. บางกอกบล็อก
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ : โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2556, จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th/download/article/research/CreativeTourism/FinalReport.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2556 ,จาก <http://tourismawards.tourismthailand.org/th/history.php>
- กิ่งแก้ว บัวเพชร. (2549). *การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนศรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2551). *เอกสารประกอบการสอนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)*. พิมพ์ครั้งที่ 1 บธ.ม.การจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2552). *รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงาน สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย* /เกิดศิริ เจริญวิศาล.เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- จีระนันท์ ทองสมัครและคณะ (2557). *ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช*. รายงานการประชุม

วิชาการทางการจัดการ ระดับชาติ ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2544). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ :  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (CONSUMER BEHAVIOR)*. กรุงเทพฯ:  
เอ็กเปอร์เน็ท.

ชนินทร์ อยู่เพชร. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สถาบันพัฒนาเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์ สาขาการท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม วิทยาลัย  
นานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์.

นิรันดร ทัพไชย. (2549). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. หน่วยที่ 2 เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์  
การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*.  
กรุงเทพฯ: ซีพี บุ๊คสแตนด์คาร์ด.

ประภัทร สุทธาเวช. (2550). *วิวัฒนาการและพัฒนาการการท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ผู้จัดการออนไลน์ ASTV. (2556). *ปลอดโปร่งโล่งปอด สูดอากาศดีติดอันดับประเทศที่ “คิรีวง”*.  
สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2556 , จาก [http://www.manager.co.th/  
Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000063568](http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000063568)

### บรรณานุกรม(ต่อ)

เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. (2549). *หลักการและการใช้สถิติวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับงานวิจัย  
ทางการพยาบาล(พิมพ์ครั้งที่ 3)*. สงขลา : ชานเมืองการพิมพ์.

ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ. (2553). *รายงานการวิจัยเรื่อง ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนา  
ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ



- ภียมณี แก้วสง่า. และ นิศาชล จำนงศรี.(2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *Suranaree J. Soc. Sci.* Vol. 6 No. 1, June 2012. 93-111.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับ ประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, ปีที่ 33(ฉบับที่ 2). 329-364.
- วันชพร จันทร์รักษา.(2552). ปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร)
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2554). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง)
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คนอื่นๆ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ไทมออน อิน บิสสิเนส วีร์ล.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2548). *โครงการพัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช: การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช*.
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว*. THM- Newsletter of Tourism and Hospitality Management Division, Mahidol University International College (MUIC). Vol.3 MAY 2012.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2553). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2556 , จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).(2554). *ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559)*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2556 , จาก [www.ba.cmu.ac.th/mis/research/document/strategy.pdf](http://www.ba.cmu.ac.th/mis/research/document/strategy.pdf)

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2554). *เปิดตัว 15 กินรีที่เมืองนครศรีธรรมราช*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2556, จาก [http://www.nakhontoday.com/detail\\_news.php?n\\_id=1184](http://www.nakhontoday.com/detail_news.php?n_id=1184)

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

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). *ทูลทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก*. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 16 ฉบับเดือนมกราคม-ธันวาคม 2556

#### บรรณานุกรม(ต่อ)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). *ถอดรหัสการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คิรีวง ต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเล็กๆ ที่ยิ่งใหญ่*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2556, จาก <http://www.dasta.or.th/th/article/1482-1482.html>

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). *แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2556, จาก [http://www.dasta.or.th/th/Sustain/detail\\_sustain.php](http://www.dasta.or.th/th/Sustain/detail_sustain.php)

Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies*. New Jersey: JohnWiley and Sons.

Richards, G. (2010a). *Creative Tourism and Local Development*. In Wurzburger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe.*(pp. 78–90). New Mexico. USA.

Richards, G. and Wilson, J. (2006). *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serialreproduction of culture*. *Tourism management* 27: 1209–1223.

Richards, G. (2010b). *Creative Tourism and Cultural Events* [Electronic version]. Available:<http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

Wurzburger, R. (2010). *Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities*. In Wurzburger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 15–25). New Mexico. USA.

Salman, D. & Uygur, D. (2010). *Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions*. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4 (3) : 186-197.

John Swabrooke. (1999). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Great Britain : The Bath Press, Bath.

Svetasreni, S. (2012). *Thailand: TAT's Creative Tourism campaign generates 24 million online visitors, Asia News Monitor*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1023230825?accountid=44447>

Huang, C.-H., Tsaur, J.-R., & Yang, C.-H. (2012). *Does world heritage list really induce*

*more tourists? Evidence from Macau.* *Tourism Management*, 33(6), 1450-1457. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.014>

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Retrieved October 15, 2009, from <http://www.ingentaconnect.com/content/apl/lcbi>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
เครื่องมือการวิจัย



ชุดที่.....

แบบสอบถาม

นักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง  
อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Guidelines for Creative Tourism Development: A case study of Kiriwong Village,  
Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่าน สละเวลาตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

**นิยามศัพท์** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จากประสบการณ์ตรง หรือ ร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีหรืออาจมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้าน ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านคีรีวง ซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม จากการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน จากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวดั้งเดิมที่ชุมชนมี สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้มาเยือนโดยตรง สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน สร้างความประทับใจเกิดการบอกต่อ

### ตอนที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### 1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

(เลือกตอบได้มากกว่า 1)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.เยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน | <input type="checkbox"/> 2.ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม            |
| <input type="checkbox"/> 3.ซื้อของ/ช้อปปิ้ง           | <input type="checkbox"/> 4.ต้องการพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ |
| <input type="checkbox"/> 5.รับประทานอาหารนอกสถานที่   | <input type="checkbox"/> 6.เข้าร่วมงานเทศกาล/งานประเพณี   |
| <input type="checkbox"/> 7.ทัศนศึกษา/ดูงาน            | <input type="checkbox"/> 8.เข้าร่วมประชุม/สัมมนา          |
| <input type="checkbox"/> 9.อื่นๆ โปรดระบุ .....       |   |

#### 2. ลักษณะของการเดินทาง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.เดินทางมาด้วยตัวเอง                 | <input type="checkbox"/> 2.ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 3.หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง | <input type="checkbox"/> 4.อื่นๆ โปรดระบุ.....     |

#### 3. ลักษณะของที่พักในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ( ) 1. ไม่พักค้างคืน ( ) 2. ที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน  
 ( ) 3. รีสอร์ท ( ) 4. โฮมสเตย์  
 ( ) 5. วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม ( ) 6. ที่พักอุทยานแห่งชาติ/บ้านพักรับรองทางราชการ/เอกชน  
 ( ) 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 4. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

- ( ) 1. เดินทางคนเดียว ( ) 2. ผู้ร่วมเดินทาง 2-4 คน  
 ( ) 3. ผู้ร่วมเดินทาง 5 – 7 คน ( ) 4. ผู้ร่วมเดินทาง 8 – 10 คน  
 ( ) 5. ตั้งแต่ 11 คนขึ้นไป

#### 5. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ( ) 1. พาหนะส่วนตัว/รถยนต์ ( ) 2. รถสองแถวในพื้นที่/รถประจำทาง  
 ( ) 3. รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์ ( ) 4. รถทัวร์/รถบัส  
 ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 6. เส้นทางการเดินทาง

- ( ) 1. จากบ้านมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง ( ) 2. ไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาก่อน  
 ( ) 3. เส้นทางผ่านในการเดินทาง ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 7. จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (นับรวมครั้งนี้)

- ( ) 1. มาเป็นครั้งแรก ( ) 2. จำนวน 2 – 3 ครั้ง  
 ( ) 3. จำนวน 4-5 ครั้ง ( ) 4. มากกว่า 6 ครั้ง

#### 8. ช่วงเวลาที่เดินทาง

- ( ) 1. เดือนมกราคม – มีนาคม ( ) 2. เดือนเมษายน – มิถุนายน  
 ( ) 3. เดือนกรกฎาคม – กันยายน ( ) 4. เดือนตุลาคม – ธันวาคม

#### 9. สินค้าที่ระลึกที่ซื้อ(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ ( ) 2. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ  
 ( ) 3. หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว ( ) 4. ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสีธรรมชาติ  
 ( ) 5. ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากธรรมชาติ ( ) 6. ผลไม้แปรรูป  
 ( ) 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 10. ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



- ( ) 1. โทรทัศน์/วิทยุ ( ) 2. เพื่อน/ญาติ
- ( ) 3. อินเทอร์เน็ต ( ) 4. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร
- ( ) 5. คู่มือท่องเที่ยว ( ) 6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ( ) 7. บริษัทนำเที่ยว ( ) 8. มหกรรมนิทรรศการไทยเที่ยวไทย
- ( ) 9. อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ตอนที่ 2 การประเมินระดับความสำคัญที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด    4 = มาก    3 = ปานกลาง    2 = น้อย    1 = น้อยที่สุด

| ลำดับ | ปัจจัย   | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-------|--|----------------|---|---|---|---|
|       |  | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1     | องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน                                   |                |   |   |   |   |
| 2     | การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน(ชุมชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ) |                |   |   |   |   |
| 3     | มีการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเวลา                                 |                |   |   |   |   |
| 4     | การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น  |                |   |   |   |   |
| 5     | มีการบรรยายความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาของชุมชน   |                |   |   |   |   |

| ลำดับ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-------|---|----------------|---|---|---|---|
|       |   | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6     | วิถีชีวิตในชุมชนมีความโดดเด่น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว   |                |   |   |   |   |
| 7     | คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการตัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน          |                |   |   |   |   |
| 8     | มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน                                       |                |   |   |   |   |
| 9     | ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า   |                |   |   |   |   |
| 10    | ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว   |                |   |   |   |   |
| 11    | การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสมทุกฤดูกาล   |                |   |   |   |   |
| 12    | ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว  |                |   |   |   |   |
| 13    | คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน   |                |   |   |   |   |
| 14    | ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติในท้องถิ่น   |                |   |   |   |   |
| 15    | มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม   |                |   |   |   |   |
| 16    | อากาศปราศจากฝุ่นและควัน   |                |   |   |   |   |
| 17    | ความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว   |                |   |   |   |   |
| 18    | การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกลุ่มอาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง   |                |   |   |   |   |
| 19    | การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ |                |   |   |   |   |
| 20    | มีการจัดมุมประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้บอกความรู้สึกที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชน   |                |   |   |   |   |
| 21    | ชาวบ้านเป็นผู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดประสบการณ์การมีส่วนร่วมเรียนรู้ร่วมกัน   |                |   |   |   |   |
| 22    | สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆไปแบ่งปันและเผยแพร่ให้กับคนรอบข้างของนักท่องเที่ยวต่อไป                |                |   |   |   |   |
| 23    | สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่  |                |   |   |   |   |
| 24    | สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานได้                                     |                |   |   |   |   |
| 25    | มีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว   |                |   |   |   |   |
| 26    | ระบบน้ำประปาสำหรับอุปโภค บริโภค สะอาด เพียงพอและทั่วถึง   |                |   |   |   |   |
| 27    | สัญญาณโทรคมนาคมเข้าถึงและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ  |                |   |   |   |   |
| 28    | ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน พอเพียงและทั่วถึง   |                |   |   |   |   |
| 29    | มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ   |                |   |   |   |   |
| 30    | ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ  |                |   |   |   |   |

| ลำดับ | ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-------|---|----------------|---|---|---|---|
|       |   | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 31    | มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ดูแลเพียงพอและดูแลทั่วถึง  |                |   |   |   |   |
| 32    | มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน   |                |   |   |   |   |
| 33    | มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย  |                |   |   |   |   |
| 34    | มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้ข้อมูล   |                |   |   |   |   |
| 35    | สถานที่ตั้งเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก  |                |   |   |   |   |
| 36    | ลักษณะภูมิประเทศสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีไม่มีปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ  |                |   |   |   |   |
| 37    | ระบบคมนาคมการขนส่งที่บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก   |                |   |   |   |   |
| 38    | มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว  |                |   |   |   |   |
| 39    | มีร้านอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว   |                |   |   |   |   |
| 40    | การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถทำได้สะดวกหลากหลายช่องทาง   |                |   |   |   |   |
| 41    | มีการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว อินเทอร์เน็ตและสื่อเชิงสังคม                 |                |   |   |   |   |
| 42    | กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างการกระจายรายได้ในชุมชน  |                |   |   |   |   |
| 43    | โอกาสการจ้างงานของแรงงานท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  |                |   |   |   |   |
| 44    | การกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง   |                |   |   |   |   |
| 45    | ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคนและมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี |                |   |   |   |   |
| 46    | ชุมชนมีการต่อยอดกิจกรรมจากกิจกรรมเดิมที่มีอยู่  |                |   |   |   |   |
| 47    | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม  |                |   |   |   |   |
| 48    | จัดกิจกรรมส่งเสริมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง  |                |   |   |   |   |
| 49    | ชุมชนมีความเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว  |                |   |   |   |   |
| 50    | กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม                                       |                |   |   |   |   |
| 51    | ชุมชนมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง                   |                |   |   |   |   |
| 52    | การจัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนการลงมือปฏิบัติจริง  |                |   |   |   |   |
| 53    | คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวแน่นแฟ้น   |                |   |   |   |   |
| 54    | คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกภาคภูมิใจองค์ความรู้ภูมิปัญญาเฉพาะท้องถิ่น  |                |   |   |   |   |
| 55    | กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนฐานคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่              |                |   |   |   |   |
| 56    | นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ  |                |   |   |   |   |
| 57    | นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น   |                |   |   |   |   |
| 58    | เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาได้จากการเดินทาง   |                |   |   |   |   |

| ลำดับ | ปัจจัย   | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-------|--|----------------|---|---|---|---|
|       |  | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
|       | ด้วยตนเอง  |                |   |   |   |   |
| 59    | การแบ่งปันข้อมูลและบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวทางสื่อเชิงสังคม  |                |   |   |   |   |
| 60    | การเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิตและค่านิยมของคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยว  |                |   |   |   |   |
| 61    | การเรียนรู้ เข้าใจ และแบ่งปันความรู้ในด้านวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และค่านิยมในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว       |                |   |   |   |   |
| 62    | การให้บริการอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น  |                |   |   |   |   |
| 63    | ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารและมีรสชาติอร่อย  |                |   |   |   |   |
| 64    | ความเป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก  |                |   |   |   |   |
| 65    | สินค้าของที่ระลึกของท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์   |                |   |   |   |   |
| 66    | สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย   |                |   |   |   |   |
| 67    | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายสอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่น  |                |   |   |   |   |
| 68    | การอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบริษัททัวร์  |                |   |   |   |   |
| 69    | เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์                         |                |   |   |   |   |
| 70    | การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว                  |                |   |   |   |   |
| 71    | กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม                                  |                |   |   |   |   |
| 72    | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการจินตนาการและมีความจรรโลงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์                                    |                |   |   |   |   |
| 73    | กิจกรรมการท่องเที่ยวมีฐานมาจากองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น                                     |                |   |   |   |   |
| 74    | กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่  |                |   |   |   |   |
| 75    | ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม   |                |   |   |   |   |
| 76    | การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าของชุมชน สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และใช้ชีวิตเหมือนคนในชุมชน               |                |   |   |   |   |
| 77    | ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนกับผู้ถูกท่องเที่ยว/เจ้าบ้าน   |                |   |   |   |   |
| 78    | ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว |                |   |   |   |   |
| 79    | มีเครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |                |   |   |   |   |
| 80    | กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและมีรูปแบบที่ชัดเจน   |                |   |   |   |   |

**ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**

**1. ปัญหา อุปสรรค**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**2. ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม**

**1. เพศ**

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

**2. อายุ**

- ( ) 1. อายุต่ำกว่า 15 ปี ( ) 2. อายุ 16-20 ปี
- ( ) 3. อายุ 21-25 ปี ( ) 4. อายุ 26-30 ปี
- ( ) 5. อายุ 31-35 ปี ( ) 5. อายุ 35 ปีขึ้นไป

**3. สถานภาพ**

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส
- ( ) 3. หม้าย ( ) 4. หย่า/แยกกันอยู่

**4. ศาสนา**

- ( ) 1. พุทธ ( ) 2. คริสต์
- ( ) 3. อิสลาม ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

**5. ระดับการศึกษา**

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ( ) 2. ปริญญาตรี
- ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพการทำงาน

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา
- ( ) 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน
- ( ) 4. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- ( ) 5. เกษตรกร
- ( ) 6. แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

7. รายได้ต่อเดือน

- ( ) 1. น้อยกว่า 5,000 บาท
- ( ) 2. 5,001-10,000 บาท
- ( ) 3. 10,001-15,000 บาท
- ( ) 4. 15,001-20,000 บาท
- ( ) 5. 20,001-25,000 บาท
- ( ) 6. มากกว่า 25,000 บาท

8. จังหวัดที่อยู่อาศัย

- ( ) 1. จังหวัดนครศรีธรรมราช
- ( ) 2. จังหวัดอื่นๆโปรดระบุ.....

ภาคผนวก ข

บริบทพื้นที่ของ หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

### สภาพทั่วไปของบ้านคีรีวง

1. **อาณาเขตที่ตั้ง** ชุมชนคีรีวงประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน คือ บ้านคีรีวง (หมู่ที่ 5) บ้านคีรีทอง (หมู่ที่ 8) บ้านขุนคีรี (หมู่ที่ 9) และบ้านคีรีธรรม (หมู่ที่ 10) ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และตำบลกำโลนตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอลานสกาประมาณ 9 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งตำบลประมาณ 90.42 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 38,150 ไร่ บ้านคีรีวง (หมู่ที่ 5) มีพื้นที่ประมาณ 2,569 ไร่ มีระยะทางจากที่ว่าการอำเภอลานสกาไปทางทิศเหนือประมาณ 12 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งขององค์การบริหารส่วนตำบลกำโลน ประกอบด้วยกลุ่มบ้าน 4 กลุ่ม คือ บ้านหัวนอน บ้านควนบน บ้านวัดใหม่ และบ้านวัดกลาง บ้านคีรีทอง (หมู่ที่ 8) มีพื้นที่ประมาณ 890 ไร่ มีระยะทางจากที่ว่าการอำเภอลานสกาไปทางทิศเหนือประมาณ 13.8 กิโลเมตร ประกอบด้วยกลุ่มบ้าน 3 กลุ่ม คือ บ้านท่าชาย บ้านแพรกตั้ง และบ้านหนองไอน้ำ บ้านขุนคีรี (หมู่ที่ 9) มีพื้นที่ประมาณ 2,195 ไร่ มีระยะทางจากที่ว่าการอำเภอลานสกาไปทางทิศเหนือประมาณ 14.5 กิโลเมตร ประกอบด้วย 6 กลุ่มบ้าน คือ บ้านท่าหา บ้านในเกาะ บ้านวังยาว บ้านมะปราง บ้านคลองยาว และบ้านเชิงแตระ บ้านคีรีธรรม (หมู่ที่ 10) มีพื้นที่ประมาณ 2,519 ไร่ มีระยะทางจากที่ว่าการอำเภอลานสกาไปทางทิศเหนือประมาณ 14 กิโลเมตร ประกอบด้วยกลุ่มบ้าน 5 กลุ่ม คือ บ้านในนา บ้านใหญ่ บ้านหัวเหว บ้านหัวหมง และบ้านหน้าวัด (ฉัตรชัย ศุกระกาญจน์, 2542: หน้า 23 - 32)

#### ชุมชนคีรีวงมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ จดภูเขายอดเพล อำเภอพรมคีรี  
 ทิศใต้ จดเทือกเขาหอยสังข์  
 ทิศตะวันออก จดเขาริงโร ตำบลท่าดี อำเภอลานสกา  
 ทิศตะวันตก จดเขาหลวง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. **ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ** ชุมชนคีรีวงตั้งถิ่นฐานอยู่บนพื้นที่ราบแอ่งกระทะระหว่างภูเขา และมีภูเขาที่สำคัญ ในพื้นที่ ได้แก่ เขาใหญ่, เขาหน้าลอน, เขาโนไฮ, และเขาสันสวรรค์ นอกจากนั้น ชุมชนคีรีวงมีแม่น้ำลำธารสายหลัก ได้แก่ คลองลำางและคลองท่าชาย ซึ่งไหลผ่านบ้านคีรีทองและไหลไปบรรจบกันกลายเป็น “คลองขุนน้ำ” และคลองขุนน้ำไหลผ่านบ้านขุนคีรีไปบรรจบกับคลองปงบริเวณบ้านคีรีธรรมกลายเป็น “คลองท่าดี” ชุมชนคีรีวงตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศแบบคาบสมุทร และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ทั้งจากฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทำให้ชุมชนคีรีวงมีฤดูกาลเพียง 2 ฤดูกาล คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน โดยในช่วงฤดูร้อนอยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน อันเป็นช่วงปลายลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีฝนตกน้อยและอุณหภูมิสูง ส่วนในช่วงฤดูฝน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรกอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดมาจากทะเลอันดามัน และมีฝนตกไม่มากนัก และช่วงที่สองอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดมาจากทะเลจีนใต้ และมีฝนตกหนัก จากสภาพภูมิอากาศดังกล่าวข้างต้น ทำให้พื้นที่ในชุมชนคีรีวงมีปริมาณน้ำฝนอยู่ในเกณฑ์สูง กล่าวคือ มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยถึง 2,381.3 มิลลิเมตรต่อปี

นอกจากนั้น ลักษณะดินในพื้นที่ชุมชนคีรีวงส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย เนื้อดินมีหลายสี กล่าวคือ มีทั้งสีน้ำตาล, สีเหลือง, และสีแดง ส่วนบริเวณเทือกเขาหลวงนั้น บางส่วนจะเป็นหินเนื้อหยาบซึ่งสลายตัวและผุพังได้ง่าย และดินสามารถระบายน้ำได้ดี ทำให้เกิดปัญหาการชะล้างพังทลายของหน้าดินอยู่เสมอ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความลาดชันสูง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2544: 3-1 - 3-4) จากสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่มีปริมาณน้ำฝนโดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูง และลักษณะดินที่พังทลายได้ง่าย ทำให้พื้นที่ชุมชนคีรีวงประสบกับปัญหาอุทกภัยผสมกับการพังทลายของดินอยู่เสมอ

เหตุการณ์ครั้งใหญ่ที่ชาวคีรีวงจดจำได้เป็นอย่างดีและเหตุการณ์ดังกล่าวก็ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของชาวคีรีวง ซึ่งมีอยู่ถึง 3 ครั้งใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ ครั้งแรก ปี พ.ศ. 2505 เกิดวาตภัยที่แหลมตะลุมพุกและชุมชนคีรีวง ทำให้บ้านเรือนและสวนผลไม้ของชาวคีรีวงเสียหายมาก นอกจากนั้น ลำคลองก็ตื้นเขินเนื่องจากการพังทลายของหน้าดิน ทำให้การดำเนินชีวิตทางน้ำยุติไป ทำให้ชาวบ้านต้องช่วยกันก่อสร้างถนนไปทางวัดโคกเพื่อติดต่อกับโลกภายนอก ครั้งที่สอง ปี พ.ศ. 2518 เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ น้ำป่าไหลทะลักเข้าสู่ชุมชน ดินและหินบนภูเขาถล่มลงมา ทำให้เกิดความเสียหายอย่างหนัก ทั้งบ้านเรือน ทรัพย์สิน และชีวิตของชาวคีรีวง จากอุทกภัยดังกล่าว ทำให้ชาวบ้านหลายคนมีหนี้สินและบางคนถึงกับต้องขายที่ดิน ก็เลยมาปรึกษาหารือกัน ในที่สุดก็มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อช่วยเหลือคนภายใน ชุมชนมิให้ต้องรับภาระหนี้สินที่เกิดจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงในปี พ.ศ. 2523 ครั้งที่สาม ปี พ.ศ. 2531 ซึ่งนับเป็นมหันตภัยครั้งร้ายแรงที่สุด กล่าวคือ บ้านเรือนตลอดจนโรงเรียน ตลาดสด โบสถ์และศาลาเสียหายอย่างหนัก จากอุทกภัยครั้งนี้ ทำให้ชาวบ้านหันมาปรึกษาหารือกันว่าถ้าต้องการอาศัยอยู่ที่เดิม ต้องแสวงหาแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรป่าไม้ ชาวบ้านจึงพากันหาอาชีพเสริมโดยการจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและใช้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างยั่งยืน



**3. ประชากร** เมื่อพิจารณาภาพรวมในระดับตำบลแล้ว ตำบลกำโลนมีหมู่บ้าน 12 หมู่บ้าน ประชากร 8,508 คน แยกเป็นชาย 4,207 คน หญิง 4,301 คน ความหนาแน่นเฉลี่ย 94 คนต่อตารางกิโลเมตร และมีครัวเรือน 1,974 ครัวเรือน

**4. อาชีพ** ชาวศิรีวงส่วนมากเป็นเกษตรกร มีจำนวนถึง 641 คน หรือร้อยละ 80.93 ของประชากรทั้งหมด และประชากรที่เหลือนอกนั้นประกอบอาชีพค้าขายจำนวน 50 คน หรือร้อยละ 6.31 ของประชากรทั้งหมด รับราชการ 29 คน หรือร้อยละ 3.66 ของประชากรทั้งหมด และรับจ้าง 72 คน หรือร้อยละ 9.09 ของประชากรทั้งหมด

**5. การศึกษา** ประชากรร้อยละ 55 ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับประถมศึกษา รองลงมาร้อยละ 26 ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชาวศิรีวงให้ความสำคัญต่อการศึกษามากและส่งเสริมให้บุตรหลานได้รับการศึกษา เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้ นอกจากนี้โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 74 ยังมีการจัดการเรียนการสอนโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น และชาวบ้านยังผลักดันให้โรงเรียนจัดสอนวิชาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อประโยชน์ในการดำรงเอกลักษณ์ของชุมชน และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมต่อไป เช่น การสอนหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

ด้านปริมาณการศึกษาของคนในชุมชนพบว่า ประชากรร้อยละ 94 สามารถอ่านออกเขียนได้ มีประชากรช่วงอายุก่อนวัยเรียนร้อยละ 4 และประชากรไม่เคยเรียนหนังสือร้อยละ 2 (อ้างแล้ว, หน้า 3-9) ในชุมชนศิรีวงมีสถานศึกษาคือโรงเรียนไทยรัฐวิทยา 74 (ชุมชนศิรีวง) ตั้งอยู่ที่หมู่ 9 บ้านขุนศรี ซึ่งโรงเรียนขยายโอกาส เปิดสอนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงมัธยมศึกษาตอนต้น เมื่อบุตรหลานเรียนจบมัธยมศึกษาตอนต้น ก็จะส่งลูกหลานไปเรียนต่อในโรงเรียนประจำอำเภอลานสกาหรือในตัวเมืองนครศรีธรรมราช บางรายก็ส่งลูกหลานไปเรียนในตัวเมืองตั้งแต่ระดับประถม

**6. ศาสนา** ชาวศิรีวงทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ ดังนั้นประเพณีและวัฒนธรรมจึงไม่แตกต่างไปจากพุทธ- ศาสนิกชนทั่วไป โดยในอดีตมีวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน เมื่อกระแสวัฒนธรรมภายนอกแพร่เข้ามาและขาดการสานต่อทางบุคคลากร ทำให้สถาบันศาสนาลดบทบาทลง นอกจากนี้งานบุญที่ถือเป็นประเพณีที่ชาวศิรีวงต้องปฏิบัติอยู่เป็นประจำ ได้แก่ งานทำบุญอาบน้ำคนแก่ (บุญเดือน 5, สงกรานต์) งานเข้าพรรษา (บุญเดือน 8) งานบุญวันสารท (บุญเดือน 10) และงานบุญออกพรรษา (บุญเดือน 11)



แผนที่หมู่บ้านคีรีวงศ์ (<https://www.facebook.com/KiriwongRiverview>)

## ประวัติศาสตร์ บ้านคีรีวงศ์

ชุมชนคีรีวงศ์ได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในบริเวณนี้มากกว่า 200 ปีแล้ว ในอดีต ชุมชนนี้เรียกว่า “บ้านขุนน้ำ” เนื่องจากว่าชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณต้นน้ำของเขาลวง อันเป็นส่วนหนึ่งเทือกเขานครศรีธรรมราช ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บ้านคีรีวงศ์” ตามชื่อวัดที่สร้างขึ้นมา ซึ่งมีความหมายว่า “บ้านที่อยู่ภายในวงล้อม(วง) ของภูเขา (คีรี)” จากการสนทนากับกลุ่มผู้อาวุโสในชุมชนคีรีวงศ์ เพื่อค้นหาประวัติความเป็นมาของการตั้งถิ่นฐาน พบว่ามีเรื่องเล่าเกี่ยวกับบรรพบุรุษผู้ก่อตั้งชุมชนอยู่หลายแบบด้วยกัน คือ

1. การหนี “สັก” จากเมืองนครศรีธรรมราช ในสมัยอดีตนั้น คนไทยชั้นล่างหรือผู้ถูกปกครองทุกคนต้องขึ้นอยู่กับเจ้านายผู้ปกครอง และจะต้อง “สັก” ว่าขึ้นอยู่กับเจ้านายคนไหน ทำให้กลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่ต้องการเป็นไพร่ได้หนีเข้าไปอาศัยอยู่ในเขตป่า ที่ทุรกันดารและยากต่อการค้นหา

และบรรพบุรุษของชาวศรีวิงก็เป็นกลุ่มคนดังกล่าวข้างต้น โดยบางกลุ่มถึงกับหนีไปอาศัยอยู่บริเวณต้นน้ำของคลองปง

2. การเข้ามาสร้างวัดของคน “ย่านยาว” กลุ่มผู้อาวุโสเล่าให้ฟังว่าชาวบ้านจากบ้านย่านยาวได้เข้ามาหาเชือกเพื่อนำไปทำ “นบชักปลา” และได้มาเจอเจดีย์เก่า ชาวบ้านย่านยาวจึงได้ตั้งถิ่นฐานและสร้างวัดขึ้นบริเวณนั้น

3. การหนีเข้ามาอยู่ป่าพร้อมกับพระพุทธรูป เกิดขึ้นในสมัยที่ทางกรุงเทพฯ ได้ขอพระพุทธรูปพระสิหิงค์จากเจ้าพระยามนทรสุริยราช ทำให้ชาวบ้านกลุ่มหนึ่งได้นำพระพุทธรูปฯ มาซ่อนไว้ในชุมชนศรีวิง

4. การเป็นทหารผ่านศึกแล้วได้รับการปูนบำเหน็จ เป็นกลุ่มทหารที่ไปรบที่เมืองไทรบุรี เมื่อรบชนะข้าศึก ทางบ้านเมืองจึงได้ปูนบำเหน็จ โดยการมอบผู้หญิงมุสลิมให้เป็นภรรยาและมอบที่ดินบริเวณชุมชนศรีวิงให้กว่า 400 ไร่

5. การหนี “สัก” จากพม่า ในสมัยที่พม่าได้เข้ามายึดครองเมืองไทย และได้จับคนไปเป็นเชลยโดยการทำการ “สัก” หน้าเชลยเป็นเครื่องหมายไว้ จึงได้มีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งหนีการ “สัก” ขึ้นมาอยู่บริเวณชุมชนศรีวิงปัจจุบัน (นัยนา ทองศรีเกตุ, 2545)

จากเรื่องเล่าของกลุ่มผู้อาวุโสถึงสมัยยุคเริ่มแรกของการตั้งถิ่นฐานดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการสืบค้นตระกูลของกลุ่มผู้ก่อตั้งชุมชน ซึ่งบางคนก็บอกว่ามีอยู่ 7 ตระกูล และบางคนก็บอกว่ามีมากกว่า 7 ตระกูล นั้น อาจสันนิษฐานได้ว่ามีการอพยพโยกย้ายเข้ามาอาศัยอยู่เป็นระยะๆ ของคนกลุ่มต่างๆ ไม่ใช่การอพยพมาอาศัยอยู่พร้อมกัน

**ชื่อหมู่บ้านศรีวิง** หมายความว่า เป็นหมู่บ้านที่รายล้อมด้วยภูเขาเป็นที่เป็นที่ตั้งชื่อที่ตั้งขึ้นตามชื่อวัดประจำท้องถิ่น คือ วัดศรีวิงนั่นเอง เดิมหมู่บ้านศรีวิงมีชื่อว่า “บ้านขุนน้ำ” เพราะที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่ใกล้กับต้นน้ำจากยอดเขาหลวง บนเทือกเขามนทรสุริยราช ด้วยเหตุนี้จึงมีลำคลองไหลผ่านหมู่บ้านหลายสายด้วยกัน แต่ในปัจจุบันเหลืออยู่เพียง 3 สายเท่านั้นเนื่องจากลำคลองบางสายได้ตื้นเขินลงไป ลำคลองทั้ง 3 สาย ได้แก่ คลองปง คลองท่าหา และคลองท่าชาย ลำคลองทั้งสามไหลมาบรรจบรวมกันที่หน้าหมู่บ้านมีชื่อว่า “คลองท่าดี” ซึ่งเดิมมีชื่อว่า คลองขุนน้ำ โดยเปลี่ยนชื่อเป็นคลองท่าดีหลังจากเกิดอุทกภัยในปี พ.ศ. 2531 โดยกรมชลประทาน แต่ผู้สูงอายุยังคงเรียกคลองขุนน้ำจนถึงปัจจุบัน คลองท่าดีเป็นลำคลองขนาดใหญ่ที่สุดไหลลงทะเลที่บ้านปากนครและปากพั้ง ชาวบ้านจึงใช้เป็นเส้นทางในการคมนาคม ขนส่งโดยใช้เรือเหินเป็นพาหนะในการเดินทาง และใช้เรือเหินในการบรรทุกผลไม้และพืชสวนต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น มังคุด เงาะ ทุเรียน สะตอ และหมาก เพื่อไปแลกเปลี่ยนกับข้าวสาร เกลือ กะปิ และอาหารทะเลอื่น ๆ กับชาวอำเภอหัวไทรและชาว

อำเภอปากน้ำโดยชาวศรีวิงเรียกพวกเขาว่า “พวกนอก” และเรียกตัวเองว่า “พวกเหนือ” จากการติดต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันจนเกิดคำเรียนขานใหม่ว่า “เกอเขา เกอเล” หมู่บ้านศรีวิงมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ พืชพันธุ์ต่างๆ สามารถเจริญเติบโตได้ดี ดังนั้น ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ซึ่งเรียกว่า “สวนสมรม” แต่เดิมมีชื่อว่า สวนอาสินสวนสมรมคือสวนที่ปลูกผลไม้และผักหลายชนิดในพื้นที่เดียวกันซึ่ง บ่งบอกถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวศรีวิงสวนสมรมมีความเก่าแก่กว่าหลายร้อยล้านปีโดยมีการสันนิษฐานกันว่ามีการทำสวนสมรมมาตั้งแต่บรรพชน

หมู่บ้านศรีวิงเป็นหมู่บ้านอันเก่าแก่ซึ่งแต่เดิมมีอยู่เพียง 20 หลังคาเรือนและปัจจุบันได้ขยายเป็น 700 กว่าหลังคาเรือนหลักฐานการก่อสร้างหมู่บ้านนั้นยังไม่ชัดเจนมีการสันนิษฐานไว้ 3 สาเหตุด้วยกัน ดังนี้

1. จากกลุ่มคนที่หนีจากโรคระบาดหรือไข้ทรพิษจากในตั้งเมืองนคร
2. จากกลุ่มคนที่พยายามอพยพจากในตั้งเมืองมาประกอบอาชีพและตั้งรกรากขึ้น
3. จากกลุ่มคนที่รักอิสระจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งหมู่บ้านขึ้น

หมู่บ้านศรีวิงได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ ครั้งใหญ่ ๆ จำนวน 3 ครั้ง คือ

ครั้งที่ 1 วันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2505เกิดวาตภัยถูกพายุไซโลร้อนถล่มพร้อมกับแหลมตะลุมพุกก่อให้เกิดความเสียหายต่อ วนสมรมของชาวบ้าน และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติในทางสัญจรของชาวบ้าน ลำคลองตื้นเขิน จากหิน ทราย ที่ไหลมาทับถมจนไม่สามารถใช้เป็นเส้นทางลำเลียงสินค้าออกไปแลกเปลี่ยนกับโลก ภายนอกได้ จึงได้ดำเนินการเปิดเส้นทางเป็นถนนเพื่อใช้ทดแทน และได้มีการนำรถจีบเข้ามาใช้ในหมู่บ้าน โดย “นายนิพนธ์ ทรงนาคา” ซึ่งเป็นคหบดีในตั้งเมืองนครศรีธรรมราช

ครั้งที่ 2 ปลายปี พ.ศ. 2518 เกิดอุทกภัยน้ำไหลหลากเข้าสู่หมู่บ้าน ก่อให้เกิดความเสียหายต่อศาสนสถานวัดศรีวิง เส้นทางคมนาคมและสวนสมรมของชาวบ้านบางส่วน ในช่วงนี้ได้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมภายในหมู่บ้านและเชื่อมต่อระหว่างหมู่บ้านขึ้น

ครั้งที่ 3 เมื่อ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531 เกิดอุทกภัยครั้งร้ายแรงที่สุดของหมู่บ้าน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติครั้งยิ่งใหญ่ ศาสนสถาน หมู่บ้าน และสวนผลไม้ ถูกน้ำป่าทำลายราบแทบไม่เหลือเค้าโครงเดิม สภาพหมู่บ้านกลายเป็นทะเลทราย ปะปนไปกับซากปรักหักพัง ด้วยความรักถิ่นฐานของคนศรีวิงไม่ยอมย้ายออกจากพื้นที่ ตามคำชักชวนของทางราชการ ที่จะจัดสรรที่ทำกินให้ใหม่ ได้ยื่นหยัดที่จะอาศัยอยู่ในถิ่นเกิดเช่นเดิม จนเกิดโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ให้กรมชลประทานดำเนินการขุดลอกคลอง ตกแต่งขอบตลิ่งด้วยหินเรียงเพื่อระบายน้ำให้ได้ทันในกรณีฝนตกหนัก ด้วยพระเมตตาของพระเจ้าอยู่หัว ในวันนั้นพลิกฟื้นกลับสู่ภาวะเดิม

ดังเช่นที่เห็นอยู่ทุกวันนี้ หลังจากเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2531 สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเส้นทางของคลองท่าดีไหลผ่านกลางหมู่บ้านจึงทำให้หมู่บ้านถูกแยกออกเป็น 2 ส่วน และในขณะการปกครองส่วนท้องถิ่นของกระทรวงมหาดไทย เข้ามามีบทบาทประกอบกับชุมชนศิรีวง มีประชากรเพิ่มมากขึ้นและมีพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น ต่อมาหมู่บ้านได้รับความช่วยเหลือทั้งจากหน่วยราชการ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของหมู่บ้าน เช่น มูลนิธิหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ สนับสนุนกิจกรรมด้านการศึกษา โดยก่อตั้งโรงเรียนไทยรัฐวิทยา 74 (ชุมชนบ้านศิรีวง) ขึ้นมาทดแทนโรงเรียนที่ถูกน้ำพัดพา มูลนิธิโกลมคิมทอง สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมอาชีพ เป็นต้น ปัจจุบันชุมชนบ้านศิรีวง เป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ ในฐานะหมู่บ้าน OTOP ต้นแบบทางด้านการท่องเที่ยว และกว่าจะมาถึงวันนี้ได้ ชุมชนบ้านศิรีวงได้ผ่านกระบวนการหล่อหลอมและปลูกฝังจิตสำนึก ในการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เช่น ช่วงปี พ.ศ. 2528 – 2530

ชุมชนได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านอาสาและพัฒนาตนเองดีเด่น ทั้งระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ รางวัลหมู่บ้านแผ่นดินธรรม แผ่นดินทองดีเด่น และในปี พ.ศ. 2541 ได้รับรางวัล ”กสิวิฑูรย์” จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

### วิถีชีวิตในอดีต

วิถีชีวิตในอดีตของชาวบ้านศิรีวง คือ ทำสวน ( สวนสมรม ) และนำผลผลิต เช่น ผลไม้ มาแลกเปลี่ยนกันระหว่าง ชาวนอก กับ ชาวเหนือ ชาวนอก คือ คนที่อยู่ที่ย่นอกหมู่บ้าน ได้แก่ ชุมชนริมทะเล แถบลุ่มน้ำปากพนัง ชาวเหนือ คือ คนที่อยู่ในหมู่บ้านศิรีวง เกิดปฏิสัมพันธ์กันและเป็นที่มาของคำว่า “เกลอเขา เกลอล” เพราะมีการติดต่อแลกเปลี่ยนสิ่งของกันอยู่ตลอด คนในหมู่บ้านใช้น้ำจากลำธารและน้ำตกสำหรับดื่มและบริโภคและเข้าป่าเพื่อเก็บ ของป่า และพืชผักสำหรับบริโภคในครัวเรือนต่อมาได้มีการปลูกพืชและผลไม้บนเนื้อที่ ของตนเอง โดยจะปลูกพืชแบบผสมผสาน เรียกว่า “สวนสมรม” คนในชุมชนบ้านศิรีวง จะเก็บผลผลิตจากป่าและจากสวนสมรมมาเพื่อบริโภคในครัวเรือน หากเหลือจะนำไปขายในตัวเมืองนครศรีธรรมราช ในยุคที่เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก เพราะลำคลองตื้นเขินไม่สามารถใช้เรือได้ จะใช้วิธีการหาผลผลิตไปตามเส้นทางเดินเท้า โดยใช้ตะกร้าสาน เรียกว่า “โตรี๊ะ” ( เป็นตะกร้าสานจากต้นคลุ้มซึ่งเป็นพืชในตระกูลต้นคล้าซึ่งเป็นพืชในตระกูลต้น คล้าแต่มีเปลือกหนาและแข็งแรงทนทานกว่า “ต้นคล้า” โดยใช้คานหาเป็นไม้ไผ่ลำพอเหมาะ ) สามารถบรรจุผลไม้ได้ ประมาณ 20 – 40 กิโลกรัม และขากลับจะซื้อสิ่งของจำเป็นในการบริโภค เช่น กะปิ เกลือ น้ำตาลกลับสู่ศิรีวง

### สวนสมรม บ้านศิรีวง

สวนสมรม หมายถึง สวนที่มีผลไม้และพืชผักนานาชนิดปลูกรวมกันโดยอาศัยทำเลบริเวณเชิงเขาเพื่อให้สภาพป่าธรรมชาติเกื้อหนุนผลผลิตที่ปลูกด้วย แรกเริ่มในการทำสวนสมรม นั้นคือการถากถางป่าเชิงเขา แล้วจึงนำพืชผลไม้ป่ามาปลูก แล้วเก็บเกี่ยวผลผลิตมาขายและแลกเปลี่ยน

คนรุ่นหลัง ที่สืบทอดสวนสมรม ต่อมาได้มีการคัดเลือกเอาเมล็ดพันธุ์จากผลที่สมบูรณ์ที่สุดของต้นพันธุ์ดี ที่สุดมาขยายพันธุ์และปัจจุบันได้เอาพืชพันธุ์ดีภายนอกมาปลูกขยายพันธุ์

ต่อไป โดยทั้งปลูกแทรกลงในสวนบรรพบุรุษได้สร้างไว้ก่อนแล้วและขยายพื้นที่ปลูกออกไปจากสวนเดิมหรือเริ่มถากถางที่ปลูกแปลงใหม่ พืชที่คัดเลือกพันธุ์มาปลูกลงในสวนสมรมนั้นมีหลายชนิดโดยใช้พื้นที่เป็นตัว กำหนดชนิดพืชและการพึ่งพากันระหว่างพืชต่างชนิด เช่นการปลูกสะตอคู่กับต้นมังคุด ต้นสะตอจะสร้างความสมดุลทางธรรมชาติกับต้นมังคุดเพราะลำต้นสูง กิ่งก้านและใบโปร่ง ไม่บังแสงแดดที่ส่องผ่านมายังต้นมังคุดเบื้องล่างแต่สามารถบดบังความร้อนจาก แสงอาทิตย์บางส่วนได้ เพราะต้นมังคุดเป็นพืชที่ไม่ทนต่อแสงแดดแรง ๆ ซึ่งต้นมังคุดมีลักษณะต้นไม้สูงนักใบหนาที่บ่งชี้เหมาะแก่การปลูกร่วมกับสะตอ

จากการที่ชาวสวนสมรมได้ปลูกพืชต่างสายพันธุ์ผสมลงในแปลงเดียวกันมาหลายชั่วอายุคนทำให้สภาพของสวนมีทั้งพืชต้นใหญ่และพืชต้นเล็ก ซึ่งพืชที่มีอายุมากและพืชอายุน้อยนี้ผสมผสานกันคล้ายกับเป็นป่าธรรมชาติ และดินที่ดีของสวนสมรมและธรรมชาติป่าโดยรอบที่อุดมสมบูรณ์ทำให้ได้ผลผลิตดี โดยมีต้องใช้ปุ๋ยเคมี เพียงแต่ให้ความสนใจบำรุงดินโดยปลูกพืชคลุมดิน ที่เป็นประโยชน์แก่ดิน ใส่ปุ๋ยชีวภาพให้ความชุ่มชื้น การทำสวนสมรมนี้ถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สามารถปรับตัว ให้ดำรงชีวิตอยู่กับธรรมชาติได้อย่างยอดเยี่ยม ชาวบ้านศรีวังปลูกพืชพันธุ์หลายชนิด เช่น สะตอ ลูกเนียง หมาก ขนุน จำปาตะ พุเรียน ลองกอง กล้วย ฝรั่ง มังคุด เงาะและอีกหลาย ๆ พันธุ์อยู่ในสวนสมรม

สะตอ เป็นพืชชนิดหนึ่งซึ่งนิยมปลูกกันแถบภาคใต้มันจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของภาคใต้ไปแล้ว เพราะชาวสะตอเป็นพืชที่นิยมรับประทานของคนภาคใต้มาก คนศรีวังเรียกว่า “ลูกตอ” (ซึ่งเป็นภาษาถิ่น) ผักสะตอจะมีลักษณะเป็นฝักสีเขียว และจะมีเมล็ดอยู่ข้างใน ถ้าเป็นฝักอ่อนเปลือกจะเป็นสีเขียวอ่อน ถ้าเป็นฝักแก่ ๆ เปลือกจะมีสีเขียวเข้มและถ้าเปลือกเป็นสีดำเมื่อไร แสดงว่ามันสุกแล้ว ส่วนใหญ่สะตอจะมีเมล็ดอยู่ข้างในประมาณ 8 - 10 เม็ด สะตอจะมีกลิ่นรุนแรง ชาวบ้านส่วนใหญ่นิยมนำสะตอมารับประทานกับน้ำพริก(เป็นผักเคียงหรือผักเหนาะ)

ลูกเนียง เป็นพืชชนิดหนึ่งของภาคใต้ เหมือนเป็นสัญลักษณ์ของภาคใต้ เพราะลูกเนียงเป็นที่รู้จักดีในภาคใต้ ลูกเนียงมีลักษณะเป็นเปลือกแข็งและมีสีเขียวอมดำ เนื้อจะเป็นสีเหลืองแข็งและมีกลิ่นแรงคล้ายสะตอ เมื่อนำผลแก่มาเพาะ ชาวบ้านเรียกว่าลูกเนียงหมาก นำมากินกับน้ำพริกเป็นผักเคียงหรือผักเหนาะเช่นกัน

หมาก เป็นพืชตระกูลต้นปาล์มคล้ายต้นมะพร้าวแต่จะมีลำต้นเล็กกว่าต้นมะพร้าว ลำต้นมีสีเขียวและมีผลอยู่ที่ยอด หมากเมื่อสุกจะเป็นสีเหลือง คนสูงอายุสมัยก่อนนิยมนำหมากมากินกับใบพลูและปูนแดง “เรียกว่า การกินหมาก”ตามบ้านสมัยก่อนจะจัด “เซี่ยนหมาก”(สำหรับ)ไว้ประจำบ้าน เพื่อต้อนรับแขกจนกลายเป็นวัฒนธรรมสืบทอดกันมา ปัจจุบันคนกินหมากลดน้อยลงสาเหตุเพราะทำให้ฟันดำไม่สวย

กระท้อน กระท้อนเป็นผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวอมหวาน สำหรับพันธุ์พื้นเมืองจะมีรสเปรี้ยว เป็นพืชที่มีความทนทานต่อความแห้งแล้ง ไม่ต้องดูแลเอาใจใส่มากนัก ขนาดของผลจะขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ คนศรีวังไม่นิยมปลูกกระท้อนเพื่อการจำหน่าย ส่นมากจะปลูกไว้บริโภคและแจกจ่ายเพื่อนบ้าน ส่วนกระท้อนพันธุ์พื้นเมืองซึ่งมีรสเปรี้ยวจะนำมาแช่อิ่ม หรือมาประกอบอาหาร เช่นแกงคั่ว แกงเทโพปลาแห้ง มีรสชาติอร่อยดี

ขนุน ขนุนเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่นิยมปลูกในสวนสมรม มีรสหวาน กลิ่นหอมเมื่อผลสุก ส่วนเมล็ดชาวบ้านนิยมนำมาต้มหรือคั่วกับเกลือ หรือนำมาประกอบอาหารพื้นบ้าน เช่นแกงไตปลา

ทุเรียน ทุเรียนเป็นผลไม้เศรษฐกิจชนิดหนึ่งของชุมชนศรีวัง มีทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองมาก แต่ไม่นิยมขายผลเพราะมีเนื้อน้อยกลิ่นแรง ราคาถูก ส่วนมากจะนำมาเป็นทุเรียนกวน จะมีรสชาติดี เนื้อนุ่มละเอียดหวานมันกว่าทุเรียนพันธุ์ทั่วไป ทำให้ทุเรียนกวนจากศรีวัง เป็นที่นิยมของตลาดจนกลายเป็นสินค้า OTOP ตัวหนึ่งของชุมชน นอกจากนี้ยังมีทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ที่นิยมปลูกเพื่อขายผล เช่น หมอนทอง ชะนี ก้านยาว เป็นต้น ทุเรียนจะออกผลระหว่างเดือน พฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม

มังคุด มังคุดเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญจะนิยมปลูกบริเวณเนินเขาหรือภูเขา ซึ่งจะทำให้ผลผลิตดี ผลโต ผิวเกลี้ยง เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ ราคาสูงกว่ามังคุดที่ปลูกในพื้นที่ราบ ผลมังคุดที่มีราคาสูงและตลาดต้องการมาก ผลจะอยู่ในช่วงเริ่มสุก สีของผลจะเริ่มสีแดงเรื่อ ๆ เรียกว่า ”มังคุดสีหม้อใหม่” ส่วนมังคุดสุกผลสีดำ ราคาถูกกว่าเพราะเก็บได้ไม่นานจะเริ่มอม นิยมนำมาแกะเอาเมล็ดมาเพาะขายเป็นต้นพันธุ์ เพื่อขยายพื้นที่ปลูกและจำหน่าย

เงาะ เงาะเป็นผลไม้ที่มีสีสดใสเพราะตอนผลอ่อนจะเป็นสีเขียวแต่เมื่อมันสุกจะเป็นสีแดงเต็มต้น เงาะเป็นผลไม้ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจ ชาวศรีวังนิยมปลูกเงาะโรงเรียนกัน เงาะมีลักษณะเป็นรูปวงรี และมีขนอยู่รอบๆ มีเนื้อเป็นสีขาว มีเม็ดอยู่ข้างในและมีรสชาติที่หวาน เงาะจะออกผลในเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน

ลองกอง ลองกองเป็นผลไม้ที่ทำเงินให้กับชาวศรีวังมาก มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ผลลองกองมีลักษณะเป็นพวง ผลที่ดีเยี่ยมต้องเป็นพวงยาว มีผลมากและมีเปลือกเป็นสีเหลืองที่เปลือกจะต้องไม่มียาง ลองกองจะมีรสชาติหวานอมเปรี้ยว จะเริ่มมีผลระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน

ในสวนสมรมยังมีผักพื้นบ้านอีกมากมาย เช่น ผักตำลึง ผักโขม ผักกูด ผักแหมะ มะระขี้นก(ผักไห่) เป็นต้น ผักประเภทนี้จะขึ้นเองโดยธรรมชาติ คนส่วนใหญ่นิยมไปสวนสมรมเพื่อเก็บผักพื้นบ้านมาทำเป็นอาหาร เช่นนำมาแกงเลียง ลวกกะทิ หรือต้มกินกับน้ำพริกในสวนสมรมมีสัตว์ป่าหลายพันธุ์ เช่น กระรอก กระแต หมูป่า อีแกะ(ตัวเม่นชนิดหนึ่ง) ลิง ค่าง นกชนิดต่าง ๆ กบภูเขา และบางครั้งหากโชคดีอาจพบกวางหรือเสี้ยนผาอยู่บ้าง “สวนสมรม” เป็นวิถีชีวิตภาคเกษตรที่สืบทอดวัฒนธรรมจากอดีตสู่ปัจจุบันเป็นการทำอาชีพ เกษตรกรรมอย่างชาญฉลาดของบรรพบุรุษของคนศรีวัง ที่ใช้วิธีการให้ธรรมชาติพึ่งพากันเอง โดยสามารถรักษาความสมดุลของธรรมชาติไว้ได้อย่างถาวร

### อาหารพื้นบ้าน

ชาวบ้านในหมู่บ้านศรีวังมีความเป็นอยู่เรียบง่าย อาหารที่รับประทานอยู่ก็สามารถเก็บมาจากแหล่งธรรมชาติในหมู่บ้าน ลักษณะพิเศษของอาหารพื้นบ้านของศรีวังนั้น เป็นการปรุงที่เรียบง่ายและมีคุณค่าทางอาหาร สูตรอาหารมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นผู้คิดค้นหรือจากการศึกษาด้วยตนเอง ดูจากทีวีบ้างจากหนังสือต่างๆส่วนใหญ่จะเรียนรู้มาจากพ่อแม่ ซึ่งสมัยก่อนชาวบ้านเล่ากันว่า ถ้าจะเอาข้าวสารหรืออาหาร อื่น ๆ จะต้องล่องเรือ(เรือเหนื่อ) นำพืชผักสวนครัวไปแลกกับข้าวสาร

ปลา และอื่น ๆ สมัยก่อนการปรุงอาหาร ของชาวบ้าน จะหุงด้วยหม้อดิน ทำให้อาหารมีความหอมยิ่งขึ้น พืชผักที่นำมาปรุงเป็นอาหาร ได้มาจากการที่ชาวบ้านปลูกผักต่าง ๆ ที่บริเวณรอบๆ บ้านของตนเอง เช่น ผักกูด ผักแหมะ สะตอ มะเขือ ฟักทอง ตะไคร้ ขมิ้น มะพร้าว พริก หน่อไม้ มะละกอ เป็นต้น อาหารพื้นบ้านส่วนใหญ่ในหมู่บ้านคีรีวง ได้แก่ น้ำพริก ผักลวก แกงส้ม แกงเลียง และอื่นๆ

### กลุ่มอาชีพหมู่บ้านคีรีวง

จากการที่หมู่บ้านคีรีวงประสบกับภัยธรรมชาติถึงสามครั้ง ทำให้ชาวบ้านเริ่มที่จะปรับตัวและเรียนรู้จากบทเรียนในอดีต นอกจากอาชีพหลักคือการทำสวนผลไม้ ยามว่างจากฤดูเก็บเกี่ยวชาวบ้านจะรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งอาศัยฐานจากทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นเอง สร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆเหล่านั้น นอกจากจะใช้เองในชุมชนยังส่งออกจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ยกกระดับคุณภาพชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากกลุ่มอาชีพต่างๆ ยังมีการรวมกลุ่มของเยาวชนในชุมชนทำกิจกรรมรวมกันเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของหมู่บ้านคีรีวงให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนรับทราบผ่านละครเงา

ชาวบ้านในชุมชนหมู่บ้านคีรีวง มีการรวมตัวกันตั้งเป็นกลุ่มอาชีพหลายกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มสมุนไพรกลุ่มจักสาน และผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มแปรรูปน้ำผลไม้ กลุ่มไวน์และกลุ่มทุเรียนกวน ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ผ้ามัดย้อมเป็นผลิตภัณฑ์เด่น คีรีวงในฐานะหมู่บ้าน ท่องเที่ยว OTOP จึงมีจุดท่องเที่ยวเชิงสาธิตซึ่งเกี่ยวเนื่องกับผ้าและความเป็นธรรมชาติ ในสวนสมรม นักท่องเที่ยวจะได้เห็นต้นไม้ต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาแห่งสีธรรมชาติ ที่บริเวณสาธิตการทำสีจากธรรมชาติ นักท่องเที่ยวจะได้เห็นการสับใบไม้ แก่นไม้ เปลือกผลไม้และพืช ในโรงต้มสี โรงตากผ้า โรงทอผ้า โรงผ้ามัดย้อม และโรงผ้าบาติก

### ประวัติผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

คุณลุงสมปอง ขุนทน อายุ 80 ปี อดีตเป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 5 บ้านคีรีวงเล่าว่า สมัยเมื่อคุณลุงเป็นเด็กจำความได้อายุประมาณ 8 - 10 ปี ได้ไปเที่ยวที่วัดได้เห็นพระภิกษุใช้ใบไม้, เปลือกไม้ที่ให้สีเหลือง, สีแดง (ต้นแพ/เปลือกแพ) ย้อมผ้าจีวรเพื่อใช้สำหรับนุ่งห่ม ซึ่งคุณลุงเล่าต่อว่า ได้ถามผู้เฒ่า/ผู้อาวุโส ในหมู่บ้านสมัยนั้นว่าได้ทำการย้อมผ้าจีวรมาตั้งแต่เมื่อไร ได้รับคำตอบว่าคงจะดำเนินการมาตั้งแต่เริ่มตั้งวัดคือประมาณ 200 ปีเศษ





ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

คุณลุงคง สวัสดิ์ธรรม อายุ 79 ปี เล่าต่อว่า เมื่อผู้เฒ่า, ผู้แก่ และชาวบ้านสมัยนั้นได้เห็นพระภิกษุใช้ใบไม้, เปลือกไม้ มาทำการย้อมผ้าจีวรประกอบกับวิถีชีวิตของคนสมัยนั้นเป็นวิถีชีวิตคนคู่กับป่า มีอาชีพในการหาของป่าและทำการล่าสัตว์เพื่อแลกกับอาหาร (ข้าวสาร, กะปิ, เกลือ, เครื่องใช้จำเป็นกับคนกลุ่มตัวเมืองนครศรีธรรมราช จึงได้ทำการย้อมเครื่องนุ่งห่ม/เครื่องมือทำมาหากิน (เบ็ดตกปลา) โดยใช้ใบไม้, เปลือกไม้, ย่านเถาวัลย์ที่ให้สีแตกต่างกันตามความต้องการ เช่น การย้อมสายเบ็ดตกปลา ต้องใช้เปลือกไม้, ใบไม้ที่ให้สีดำเพื่ออำพรางปลาไม่ให้เห็น และป้องกันไม่ให้สายด้ายเบ็ดผูกเปียเป็นต้น

ตาป๋น เล่าต่อว่าคนสมัยก่อนใช้เส้นใยของใบสับปะรดมาทำการย้อมสี เพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มเช่น ผ้าชะม้าน้ำ, ผ้าเซ็ดหน้า ฯลฯ โดยใช้ใบไม้, เปลือกไม้ เช่น ย่านมวน (เถาวัลย์ชนิดหนึ่ง) ใบต้นครามโหมง ซึ่งให้สีเข้ม (ดำ) โดยมีกรรมวิธีการย้อมคือ นำใบไม้/แกนไม้ ชนิดต่าง ๆ ตามที่ต้องการ สับ/หรือตำให้ละเอียดนำมาแช่ในน้ำพอประมาณ ภาชนะที่แช่เรียกว่า เนียงหรือโอ่งน้ำ ปัจจุบัน แช่ไว้ประมาณ 2 - 3 วัน แล้วนำน้ำมีใบไม้มาตั้งไฟแล้วใช้เส้นใยจากใบสับปะรด/ด้าย/ผ้าด้ายดิบ ย้อมตามลักษณะสีที่ต้องการแต่ละชนิด เสร็จแล้วนำมาซักล้างน้ำเปล่า 2 - 3 ครั้ง และสามารถนำมาใช้งานตามความจำเป็น/ตามความต้องการ

การย้อมสีธรรมชาติ เป็นความรู้และภูมิปัญญาของชาวบ้าน ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับชุมชน เช่นการย้อมฮ่อมของภาคเหนือ ฯลฯ

การย้อมสีธรรมชาติไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม แต่เป็นการฟื้นฟูธรรมชาติ เพราะกระบวนการย้อมสีธรรมชาติเป็นกระบวนการที่พึ่งพิงกับวัสดุธรรมชาติ เป็นการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ ทำให้ผู้ย้อมสีธรรมชาติเห็นคุณค่าและผูกพันกับธรรมชาติ การใช้วัสดุจากธรรมชาติมาทำการย้อมสีธรรมชาติ จึงไม่ใช่ประโยชน์อย่างเดียว แต่เป็นการอนุรักษ์ รักษาต้นไม้ และการปลูกเพิ่มเติม เพื่อการเพิ่มขึ้นของปัจจัยในการย้อมสีธรรมชาติ ในปีหนึ่ง ๆ ประเทศไทยต้องสั่งซื้อสีเคมีจากต่างประเทศหลายสิบล้านบาทเพื่อใช้ในการย้อมสีผ้า แต่การย้อมสีผ้าด้วยธรรมชาติไม่ต้องลงทุนมาก

ซึ่งสีธรรมชาติยังสร้างรายได้ให้กับผู้ย้อมสีอีกด้วย ปัจจุบันกลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านหลายแห่งได้รวมกลุ่มกันผลิตงานหัตถกรรมผ้าย้อมสีธรรมชาติขึ้น เป็นรายได้เสริมในช่วงว่างเว้นจากการทำสวนทำไร่ ทำนา ถึงแม้จะเป็นรายได้ที่ไม่มากมาย แต่เป็นรายได้ที่สามารถนำมาจุนเจือครอบครัวได้อีกด้วย

วัสดุที่นิยมนำมาใช้ทำสีย้อมผ้าธรรมชาติ จะเป็นส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น เปลือก แก่น ราก ใบ ดอกและผล เป็นต้น ซึ่งการนำมาใช้จะขึ้นอยู่กับแต่ละท้องถิ่น ที่จะนำส่วนใดมาใช้ในการย้อมสี

### ลักษณะที่โดดเด่นของผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

1. กระบวนการทำผ้ามัดย้อมยุ่งยาก ซับซ้อน ต้องใช้เวลานาน เป็นงานฝีมือ
2. ใช้ภูมิปัญญาของชุมชนในการทำกิจกรรม เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สีที่ได้เป็นสีจากธรรมชาติ ไม่มีอันตรายต่อสุขภาพผิว ตลอดจนจนถึงขั้นตอนการย้อมที่ปราศจากการใช้สีเคมี
3. สีสวย ไม่ฉูดฉาด และได้สีไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและปัจจัยที่แตกต่างกัน
4. ความสามัคคีและการรวมตัวของกลุ่มที่เข้มแข็ง
4. ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติในชุมชนนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ (ชิ้นงาน)
5. งานฝีมือทั้งหมดมีลวดลายหลากหลาย

### การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมจะได้เห็นกระบวนการผลิตอีกหลายขั้นตอน หากนักท่องเที่ยวต้องการทำผ้ามัดย้อม ชาวคีรีวงจะช่วยแนะนำการทำผ้ามัดย้อม นักท่องเที่ยวจะได้ลองทำด้วยตนเอง ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ ซึ่งได้นำความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้ถ่ายทอดกันมา หลายชีวิตคนโดยวัสดุที่นิยมนำมาใช้ทำสีย้อมธรรมชาติจะได้อาจมาจากส่วนต่างๆของต้นไม้ เช่น เปลือก ใบ แก่น ราก และผล ซึ่งจะให้สีที่ต่างกันไป เช่น ใบหูกวาง ให้สี เหลืองอมเขียว ใบมังคุด ให้สี ส้มกับชมพู ใบเพกา ให้สีเขียวเข้ม เปลือกลูกเหม็น ให้สี น้ำตาลเข้ม ฝักสะตอ ให้สีเทา แก่นขนุน ให้สีเหลืองสด ผลิตจากผ้าฝ้ายมัดย้อมที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยการนำผ้าฝ้ายมาย้อมด้วยสีที่ได้จากธรรมชาติ เช่น เปลือกไม้ ใบ ผล ของพืชชนิดต่าง ๆ ซึ่งพืชแต่ละชนิดจะให้สีต่างกันไป เช่น ต้นหูกวาง ให้สีเหลืองอมเขียว เปลือกมังคุดให้สี ส้มและสีชมพู สะตอให้สีเทา ลูกเหม็นให้สีน้ำตาลเข้ม นำมาออกแบบและตัดเย็บด้วยฝีมือประณีตเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท อาทิ เสื้อผ้า ผ้าพันคอ ผ้าบุโต๊ะ หมวก กระเป๋า ผ้าอาน

### วัสดุที่ใช้ทำผ้ามัดย้อมคีรีวง

1. วัสดุ ทำสี ได้แก่ ใบไม้และเปลือกไม้ เช่น ใบเพกา ใบหูกวาง ใบมังคุด แก่นขนุน เปลือกลูกเหม็น ฝักสะตอ เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ

2. ผ้าฝ้ายและผ้าลินิน
3. ไม้ไผ่ สำหรับมัดลายผ้าก็ย้อมสี
4. กะละมังที่ใช้สำหรับในการต้มผ้า
5. เชือก ใช้สำหรับการตากผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
6. ผงซักฟอก สำหรับต้มผ้าก่อนเพื่อสลายไขมันในเนื้อผ้า
7. ผ้าขาวบาง ใช้ในการกรองน้ำสีธรรมชาติ

### วัตถุประสงค์กำเนิดสีธรรมชาติ

ธรรมชาติ เป็นแหล่งกำเนิดสีที่มีคุณค่าต่อการผลิตผ้ามัดย้อมของ “กลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านศิริวง” ที่มาและสีที่ใช้ มีดังนี้

หูกวาง ให้สี เหลืองอมเขียว  
 มังคุด ให้สี สีส้ม กับ ชมพู  
 เพกา ให้สี เขียวเข้ม  
 ลูกเนียง ให้สี น้ำตาลเข้ม  
 สะตอ ให้สี เทา  
 แกนขนุน ให้สี เหลืองสด  
 แกนหลุมพอ ให้สี น้ำตาลอ่อน

### วิธีการทำ

1. การทำสีย้อมผ้าด้วยการเตรียมเปลือกไม้และใบไม้ เปลือกไม้ ตามสีที่ต้องการ เช่น ใบมังคุดให้สีเทา เปลือกมังคุดให้สีน้ำตาล เปลือกลูกเนียงให้สีเขียวเข้ม แกนขนุนให้สีเหลือง เปลือกสะตอให้สีเขียว ใบเพกาให้สีเทา เปลือกเงาะให้สีน้ำตาล ใบหูกวางให้สีเนื้อ เมื่อเลือกวัสดุให้สีตามต้องการได้แล้วนำมาสับเป็นชิ้นเล็ก ๆ นำไปต้มในน้ำสะอาด ประมาณ 1 คืน น้ำที่ต้มแล้วนำมากรองด้วยผ้าขาวบาง เตรียมไว้เพื่อมัดย้อม น้ำสีที่เหลือให้แช่ไว้ในน้ำสีที่ยังไม่ได้กรอง พร้อมเปลือกหรือใบไม้



การเตรียมสีจากธรรมชาติ

2. การเตรียมผ้าและขัดไขมัน นำผ้าลินินหรือผ้าฝ้ายมาออกแบบตามต้องการ ตัดผ้าตามผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ เช่น กางเกง กระโปง กระเป๋า เป็นต้น การตัดผ้าก่อนนำไปมัดย้อมเพราะ

จะประหยัดสีธรรมชาติที่ใช้ย้อม นำผ้ามาตัดเตรียมเรียบร้อยแล้วไปต้มกับผงซักฟอกจัดไขมัน ต้มประมาณ 1 – 2 ชม นำไปล้างกับน้ำสะอาดอีกครั้ง เพื่อชะล้างผงซักฟอกให้หมด

3. การมัดลายผ้า การมัดลายผ้าขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ทำว่าจะมัดรูปแบบใด ใช้ไหมเฝ้าย้อมในการมัด ลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมแบบยาว หรือใช้ยางมัดทำลาย หรือ ลายที่นิยมส่วนใหญ่นิยมมัดลายกุหลาบ ลายวงกลม ลายยาว



การมัดลายผ้า

4. การย้อมสีธรรมชาติ นำผ้าที่มัดลายเรียบร้อยแล้วจุ่มลงไปใส่น้ำที่ละน้อย ไม่ควรใส่ผ้าลงไปทีเดียวเพราะจะทำให้สีติดผ้าไม่ทั่ว และลายออกมาไม่สวยงาม แล้วนำผ้าไปต้มในน้ำสีที่กรองไว้ประมาณ 1 คืน นำผ้าที่ย้อมมาแกะลาย ตรวจสอบว่าได้ลายที่สวยงามตามที่ต้องการนำผ้าไปล้างในน้ำสะอาดอีกครั้งนำผ้า ที่ได้สีตามความพอใจแล้วนำไปตากในร่ม 1 วัน ผ้าแห้งแล้วนำไปตัดเย็บแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ตามต้องการ



การย้อมสีผ้า

วิธีการย้อมสีมีวิธีการย้อมด้วยกัน 3 วิธี

1. การย้อมแบบจุ่ม ต้องเอาผ้าที่ต้องการย้อมจุ่มลงในน้ำย้อมที่มีตัวสีย้อมและสารช่วยย้อมละลายรวมกันมีความเข้มข้นที่เหมาะสม ผ้าที่ย้อมจะเคลื่อนไปไหนโดยกระบวนการเชิงกลหรือในทางกลับกันน้ำจะไหลเวียนโดยผ่านนั้นหยุดนิ่ง กล่าวคือน้ำเคลื่อนที่หรือผ้าเคลื่อนที่มีจุดมุ่งหมายให้ย้อมผ้าได้พอดีสีติดอย่างสม่ำเสมอ

2. การย้อมแบบต่อเนื่องเป็นวิธีย้อมสีโดยผ้าผ่านมาจากเครื่องย้อมที่ทำหน้าที่อย่างหนึ่งไปสู่เครื่องย้อมที่ทำหน้าที่อีกอย่างหนึ่งจนกว่าจะย้อมเสร็จ เริ่มจากการผ่านผ้าลงจุ่มในน้ำสีส่งไปบีบเอาน้ำออกให้เหลือเพียงเท่าที่ต้องการ ส่งไปทำให้สีรวมตัวและทำให้ติดผ้า

3. การย้อมด้วยการระบายสีหรือพิมพ์สีลงบนผืนผ้าให้เนื้อสีซึมติดเส้นใยผ้าจากด้านบนลงล่าง สีจะซึมลงในเนื้อผ้าทั้งสองด้านการระบายซ้ำจึงทำให้สีติดเส้นใยเข้มและแน่น ส่วนการพิมพ์ผ้าสีติดผ้าเฉพาะด้านหลังเท่านั้น

#### การออกแบบลายมัดย้อมโดยการพับมัดจีบ



การพับมัดจีบ

การออกแบบลายมัดย้อมโดยการพับมัดแล้วมัดนั้นเป็นเทคนิคที่กว้าง มีอิสระในการออกแบบลวดลายและวิธีมัดได้หลายอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากหัวใจหลักของการพับมัดแล้วมัด คือ “การทำให้ผ้าได้สัมผัสสีโดยทั่วถึงเฉพาะบริเวณภายนอกที่ไม่ได้กันสีหรือมัด” ดังนั้น การจะพับเป็นจีบ การมัดผ้า การนำเอาวัสดุอื่นเข้าไปในผืนผ้าแล้วมัดให้เป็นจีบ ยังเป็นวิธีการที่ให้ผ้าสัมผัสได้น้ำสี และไม่ซึมเข้าในขอบเขตที่ได้มัดไว้รูปร่างของลวดลายจะเกิดจากรอยพับมัด และรอยพับจีบของผ้าที่ห่อหุ้มวัสดุอื่น หรือรอยอันเกิดจากการมัด

ในการออกแบบลายมัดย้อมโดยการพับมัดนี้พึงเลี่ยงการม้วนผ้าโดยเฉพาะการม้วนผ้าหนา ๆ หรือม้วนผ้าหลาย ๆ ชั้น เพราะผ้าที่อยู่ภายในหลายชั้น สีจะไม่ซึมเข้าไป ทำให้เมื่อแก้มัดออกจะไม่มีลาย

#### แนวคิดในการออกแบบผ้ามัดย้อม

เทคนิคการใช้ผ้ามาผูกแล้วย้อมสี หรือการมัดย้อมนี้มีที่ใช้อย่างไม่จำกัดและเพ็งมีการสนใจอย่างจริงจัง นักทอที่เกี่ยวข้องสามารถผสมผสานวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้รูปแบบต่าง ๆ ในมิติ

ใหม่ ๆ นอกเหนือไปจากรูปแบบที่ทำได้อยู่เดิม สิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับจินตนาการความหลักแหลมและความสามารถในการออกแบบของแต่ละคนว่าสามารถทำได้แปลกใหม่แค่ไหน การเย็บและสอยมักจะเป็นวิธีการที่ไปด้วยกันกับเทคนิคการทำผ้ามัดย้อมโดยธรรมชาติอยู่แล้ว หลังจากที่แก้ที่ผูกออกผ้าจะยังคงมีรอยยับเพราะการบิดของเนื้อผ้า บางคนได้ออกแบบอย่างอย่างฉลาดได้โดยการใช้ด้ายและเข็มเย็บบริเวณที่เป็นรอยผูก เป็นการจัดแบบให้มีพื้นผิววนูน บางคนได้คิดค้นแนวการนำผ้าที่ผูกมัด และย้อมสีแล้วนำไปทำเป็นประติมากรรมในระบบสามมิติ และโดยที่มีแนวโน้มในการนิยมศิลปะแนวนี้มีมากขึ้น เทคนิคแบบมัดย้อมซึ่งเป็นศิลปะที่มีความท้าทายและมีความเป็นนามธรรมตลอดจนสีสันละลานตาทำให้ศิลปินเกิดแรงดลใจใหม่ ๆ ขึ้นได้มาก

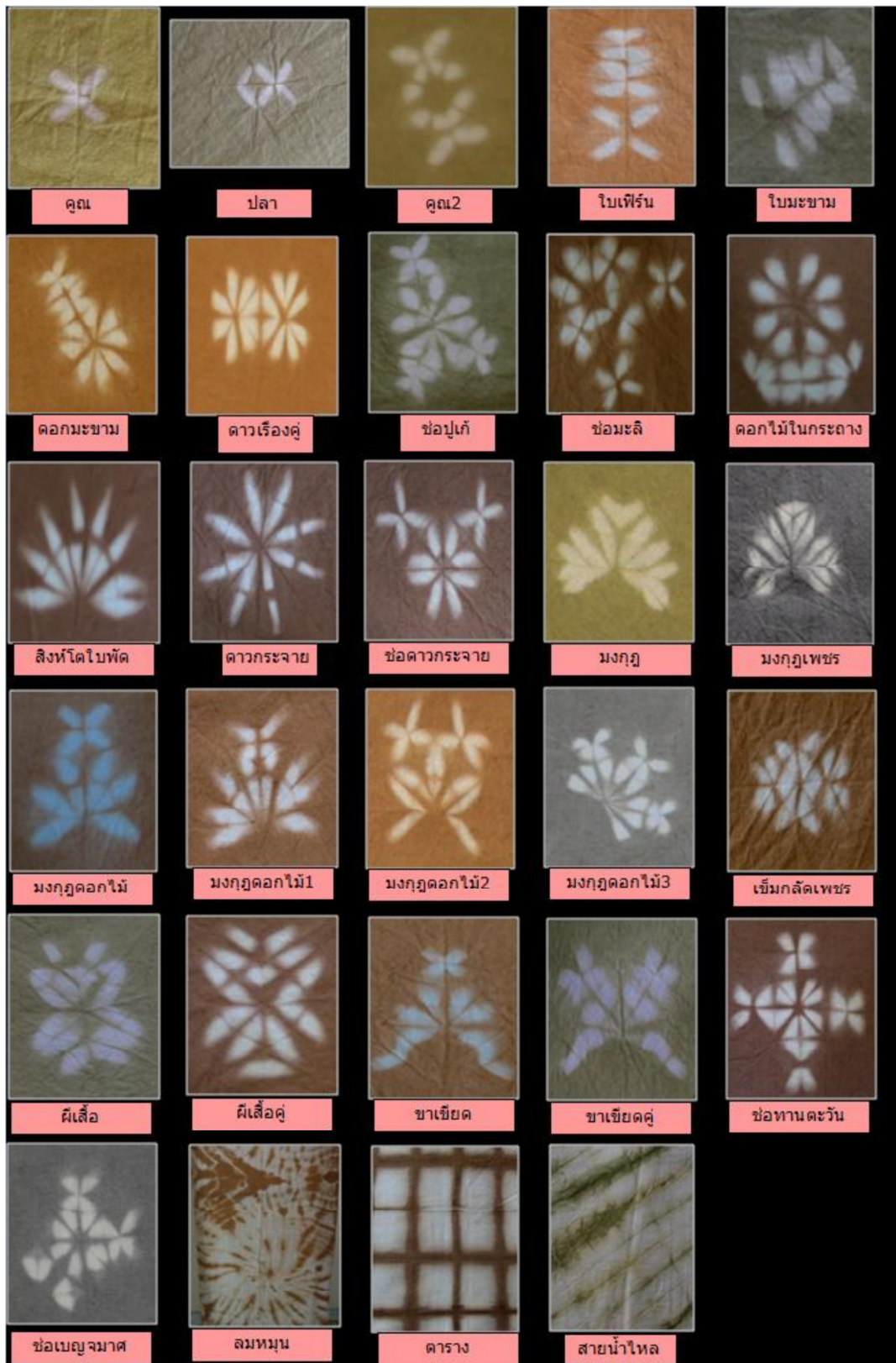
### ประโยชน์ของผ้ามัดย้อม จากสี่ธรรมชาติ

1. เพื่อเป็นการอนุรักษ์วิธีการทำผ้ามัดย้อม
2. สร้างความสามัคคีและสร้างปฏิสัมพันธ์ให้กับคนในชุมชน
3. เสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน
4. เกิดความคิดสร้างสรรค์ในจิตลวดลายของผ้ามัดย้อม ทำให้เกิดลวดลายที่ใหม่ๆ ขึ้น
5. เป็นที่เผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ

ผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวง นำมาแปรรูปได้หลายแบบตัดเย็บเป็นเสื้อ กางเกง กระโปรง ผ้าคลุมโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋าใส่ ยาม ถุงใส่ของกระจุกกระจิก เหมาะสำหรับเป็นของขวัญ ระลึก ของฝากญาติมิตร



ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติ



ลวดลายของผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติ ที่มา: ดาริน รุ่งกลิ่น, 2553

ทุเรียนกวนบ้านศรีวัง

กลุ่มแม่บ้านทุเรียนกวนบ้านคีรีวงเกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้าน 4 หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่ที่ 5, 8, 9, 10 ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ก่อตั้งกลุ่มฯ เมื่อปี พ.ศ. 2538 เป็นกิจกรรมเสริมรายได้ให้กับชาวบ้านหลังจากเสร็จสิ้นการทำสวน โดยการนำเอาวัตถุดิบในพื้นที่คือทุเรียนพันธุ์พื้นบ้านและกาบหมากมาแปรรูป ด้วยการนำเอาทุเรียนกวนมาห่อกาบหมากและนำไปย่างไฟให้มีรสหอมตามกรรมวิธีพื้น บ้าน และปราศจากสารกันบูด

ปี พ.ศ. 2538 มูลนิธิโกมลคีมทอง ในโครงการ พออ. ได้เข้ามาสนับสนุนให้จัดตั้งกลุ่ม โดยมีเงินทุนสนับสนุนการซื้ออุปกรณ์การผลิตและวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังได้แนะนำการจัดหีบห่อ ซึ่งเป็นการห่อทุเรียนกวนด้วยพลาสติกและมัดด้วยเชือกป่าน และช่วยทำโลโก้ให้ด้วย

ปี พ.ศ. 2545 องค์การบริหารส่วนตำบลกำโลนได้ให้กลุ่มฯ ยืมเงินจำนวน 16,000 บาทเป็นทุนหมุนเวียน ปัจจุบันนี้ (พ.ศ. 2548) ยังไม่ได้คืนเงินให้กับ อบต. กำโลน

ปี พ.ศ. 2546 พัฒนาชุมชนอำเภอลานสกา ร่วมกับอุตสาหกรรมจังหวัดและพาณิชย์จังหวัด ได้มาแนะนำให้จัดแพคเกจใหม่ โดยให้ห่อทุเรียนกวนด้วยกาบหมากและออกแบบหีบห่อที่ทำด้วยวัสดุธรรมชาติ นอกจากนี้ยังพาไปดูงานกลุ่มต่างๆ ที่จังหวัดภูเก็ต และให้งบประมาณซื้อตู้แสดงสินค้าและชั้นวางของ อุตสาหกรรมจังหวัดพยายามติดต่อขอ อ.ย. ให้ แต่ยังไม่ได้เพราะยังไม่มีโรงเรือน ทางกลุ่มฯ จึงหาสถานที่สร้างโรงเรือน และใช้เงินสะสมของกลุ่ม รวมทั้งทำโครงการของบประมาณจาก อบต. มาเพื่อสร้างโรงเรือน

ปี พ.ศ. 2546 ทุเรียนกวนห่อกาบหมากของกลุ่มฯ ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น ระดับสี่ดาว ประเภทอาหาร วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มรายได้แก่สมาชิกกลุ่ม ครอบครัว และชุมชน

พัฒนาจิตสำนึก ปลุกฝังคุณธรรมของการทำงานกลุ่ม และส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติในชุมชน

### หัตถกรรมพื้นบ้าน

หัตถกรรมพื้นบ้านชุมชนคีรีวง เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นโดยชาวบ้านและผู้นำชุมชนเพื่อให้มีกลุ่มอนุรักษ์ ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้านในเรื่องของหัตถกรรมในชุมชนคีรีวง (หมู่ที่ 5, 8, 9, 10) ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการจัดตั้งกลุ่มนี้ก็เพื่อต้องการให้มีอาชีพเสริมภายในหมู่บ้าน อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวหลังจากการทำสวนผลไม้ และสร้างอาชีพให้กับคนพิการและผู้สูงอายุ การทำกิจกรรมนี้นอกจากจะเป็นสื่อในการพัฒนาผู้พิการและผู้สูงอายุ โดยการให้ผู้พิการและผู้สูงอายุมีโอกาสในการเรียนรู้สังคม เรียนรู้ปัญหาและศักยภาพในการช่วยแก้ปัญหาของครอบครัวและชุมชนแล้ว ยังเป็นการรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านคีรีวงอีกด้วย โดยก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2542 และมีสมาชิกจำนวน 22 คน



ในช่วงก่อตั้งกลุ่มปี พ.ศ. 2542 ศูนย์ฟื้นฟูอาชีพคนพิการภาคใต้ได้สนับสนุนงบประมาณจำนวน 24,000 บาท เพื่อใช้ในการก่อสร้างที่ทำการกลุ่มและอุปกรณ์การผลิต ต่อมาองค์การบริหารส่วนตำบลกำโลนและองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อให้กลุ่มนำไปซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และพัฒนาชุมชนอำเภอลานสกาได้มาส่งเสริมกลุ่มฯ โดยการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ไปประกวดสินค้าโอท็อป และได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวในปี พ.ศ. 2547 และในปี พ.ศ. 2548 ได้รับรางวัลโอท็อประดับสามดาว ประเภทงานหัตถกรรม

ในช่วงแรกกลุ่มฯ ได้ผลิตหมากต้อ กระดัง โต้ระ กระซอน กระดังฝัด กระดังมอญ เจอย และตะกร้า ซึ่งเป็นเครื่องจักสานพื้นบ้าน ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 กลุ่มจึงเริ่มใช้กะลามะพร้าวมาผลิตเป็นเครื่องใช้ต่างๆ โดยการไปศึกษาดูงานที่ศูนย์รวมศิลปหัตถกรรมกะลามะพร้าว บ้านคอกวัว จังหวัดพัทลุง จากนั้นก็กลับมาคิดหารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำมาจากกะลามะพร้าวได้ ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวหลายชนิด เช่น โคมไฟ กระปุกอมสิน ที่วางสบู่ และกระดุม เป็นต้น ปัจจุบัน กลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ได้สั่งให้กลุ่มหัตถกรรมผลิตกระดุม จากกะลามะพร้าวประมาณเดือนละ 5,000 เม็ด เพื่อเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทางกลุ่มหัตถกรรมได้ออกแบบผลิตภัณฑ์กระดุมหลายรูปแบบ เช่น รูปผีเสื้อ ดอกไม้ ช้าง เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์งานหัตถกรรมพื้นบ้านของชุมชน เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชน รู้จักนำวัสดุในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สร้างรายได้จากงานหัตถกรรมและเพื่อสร้างความเข้มแข็งความสามัคคีในหมู่คณะ วัตถุประสงค์ที่กลุ่มหัตถกรรมใช้นั้นส่วนมากจะอยู่ในชุมชน เช่น กาบหมาก จะนำมาผลิตเป็น “หมากต้อ” หรือกระเช้าใส่ของ ซึ่งส่วนมากจะนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ของทุเรียนกวน ต้นคลุ้มนำมาทำ “โต้ระ) ใช้หาบซ่า” (ผลไม้ ไม้ไผ่นำมาสานเป็นกระดังหรือเจอย และหวายใช้ผูกมัดเครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น) สำหรับกะลามะพร้าว ชาวบ้านผู้ผลิตน้ำกะทิจะให้กะลาที่ขูดเนื้อแล้ว แก่กลุ่มหัตถกรรมโดยไม่คิดเงิน และถ้าต้องการกะลามะพร้าวจำนวนมาก กลุ่มหัตถกรรมก็จะไปซื้อลูกมะพร้าวตามสวนในชุมชน ซึ่งชาวบ้านก็ขายให้ในราคาถูก

### บ้านสมุนไพร

การก่อตั้งกลุ่มบ้านสมุนไพรมีคุณสนธยา ชำนะ เป็นผู้นำกลุ่ม โดยมีแนวคิดที่เห็นว่าการก่อตั้งกลุ่มในชุมชนโดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่มีความยั่งยืน เมื่องบประมาณหมดกลุ่มก็แตกสลาย คุณสนธยาจึงมีแนวคิดว่าจะรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันแก้ไขปัญหา ตั้งแต่การคิดต้นทุนผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ การบรรจุผลิตภัณฑ์ การตลาด และการลงทุนที่เน้นการใช้เงินที่ตนเองมีก่อน ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม 22 คน รวมบ้านสมุนไพรจัดตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2542 หลังจากที่

คุณสนธยาได้ทำการวิจัยสบู่มังคุด 5 ปี ซึ่งเป็นการวิจัยว่ามังคุดทำอะไรได้บ้าง จากนั้นก็หาสูตรสบู่มังคุด ลักษณะก้อนสบู่ กำหนดกลุ่มเป้าหมายและการทำการตลาด เมื่อทำสบู่ขึ้นมาตอนแรก ก็จะทำให้เครือญาติ ตลอดจนเพื่อนฝูงทดลองใช้ก่อน และสอบถามถึงความรู้สึกในการใช้สบู่มังคุด เมื่อเครือญาติและเพื่อนฝูงพอใจ ก็เริ่มทำการตลาด ในด้านการตลาด กลุ่มฯ จะเน้นตลาดกรุงเทพ โรงแรม และเพื่อการส่งออก เพราะเมื่อคิดถึงตลาดภายในชุมชนแล้ว เห็นว่ามีจำนวนจำกัด เช่น สบู่อาจจะทำขายได้ประมาณ 700 ก้อนต่อเดือน จึงตั้งเป้าหมายไว้สูง และสามารถทำการตลาดได้อย่างกว้างขวาง ทำยี่ห้อที่สุดก็จะสามารถทำการผลิตจำนวนมากได้ สมาชิกกลุ่มจะทำการผลิตในบ้านของตนเอง โดยคิดต้นทุนการผลิตและกำหนดราคาเอง นอกจากนี้สมาชิกทุกคนต้องทำบัญชีของตนเองด้วย สมาชิก 1 คน ต้องมีสินค้า 1 อย่าง และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์เดียวกันต้องไม่เหมือนกัน อย่างเช่น ทุเรียนกวน สมาชิกต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน มีการติดฉลากที่ระบุชื่อผู้ผลิต และวันหมดอายุด้วย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ สมาชิกจะเสนอให้กลุ่มพิจารณา ก่อน และทางกลุ่มฯ จะช่วยชี้แนะให้ นอกจากนี้ทางกลุ่มฯ ยังช่วยดูแลหรือปรึกษาเรื่องต้นทุนการผลิต การจัดหาเครื่องมือ และเงิน (เน้นเงินในกระเป๋าของสมาชิกก่อนว่ามีเท่าไร) เบื้องหลังแนวคิดการจัดการแบบนี้ คือ เมื่อสมาชิกมีผลิตภัณฑ์ของตนเองจะมีความกระตือรือร้นในการผลิต ขยันหาตลาด และเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ การส่งสินค้านั้น ลูกค้าน่าต้องโอนเงินมาก่อน เป็นราคาผลิตภัณฑ์กับค่าขนส่ง ผลิตภัณฑ์และราคา เน้นการตลาดเพื่อส่งออกและตลาดระดับสูงในกรุงเทพและโรงแรม

### ออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านคีรีวง

กลุ่มออมทรัพย์บ้านคีรีวงก่อตั้งในปี พ.ศ. 2523 โดยมีนายธรรม นายเจริญ ศรีคง นายสถิตย์ พิชัยกาล นายเถียร นายตรีวุฒิ พาระพัฒน์ และนายย่อย บุญเพชร เป็นแกนนำในการรวมกลุ่ม สมาชิกในตอนเริ่มแรกมี 22 คน ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 2300 คน (ณ วันที่ 30 พฤษภาคม 2547 และสมาชิกสามารถถอนตัวได้ตลอดเวลา) และมีเงินอยู่ประมาณ 40 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของกลุ่มเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมการระดมเงินทุนในหมู่บ้าน ตำบลสร้างเงินทุนในท้องถิ่นให้สมาชิกรู้จักฝึกฝนการออมและการวางแผนใช้จ่ายเงิน ของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาค้น โดยใช้เงินตราเป็นสื่อในการปลูกฝังให้คนมีคุณธรรม 5 ประการ คือ มีความซื่อสัตย์ต่อกัน มีความเสียสละเพื่อส่วนรวม มีความรับผิดชอบต่อกัน มีความเห็นอกเห็นใจกัน และมีความไว้วางใจกัน ใช้กลุ่มออมทรัพย์ในการพัฒนาสังคมโดยการส่งเสริมและปลูกฝังประชาธิปไตยให้เกิดความสามัคคี และพัฒนาความเป็นผู้นำที่ดี แก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน ในการประกอบอาชีพที่เกิดขึ้น

## บาติกสีธรรมชาติ

ก่อนการจัดตั้งกลุ่มลายเทียน คุณอารี ขุนทน ได้ชักชวนนายทิมาทร ไชยบุญ แคนนำ จัดตั้งกลุ่ม ให้ไปทำงานในกลุ่มมัธยมสีธรรมชาติ เพื่อให้เป็นผู้ออกแบบผ้า นายทิมาทรทำได้ ประมาณ 1 ปี ก็ชักชวนเพื่อนรวมทั้งหมด 15 คน ออกมาตั้งกลุ่มลายเทียน เนื่องจากต้องการความเป็นอิสระจากกลุ่มมัธยม ก่อนการจัดตั้งกลุ่ม นายทิมาทรได้ไปอบรมการทำผ้าบาติกที่อุตสาหกรรม จังหวัด และเห็นว่ามีความรู้พอที่จะใช้ทำมาหากินได้และเสียดายความรู้ที่ได้มา จึงได้ระดมทุนจาก เพื่อนมาได้ประมาณ 5000 บาท โดยระดมเงินคนละ 100 – 200 บาท และช่วยกันทำงานเป็นเวลา 3 เดือนโดยไม่มีการจ่ายค่าแรงงาน (เป็นการสะสมทุน) หลังจาก 3 เดือนผ่านไปก็คืนเงินให้สมาชิกที่ สมทบเงินในตอนแรก และเริ่มจ่ายค่าแรงงานให้สมาชิก ซึ่งในช่วงนั้นสมาชิกได้ถกเถียงหารูปแบบการ จัดการกลุ่มว่าจะจะเป็นแบบไหน ในที่สุดก็ตกลงกันว่า ให้นายทิมาทรจัดการเอง ในลักษณะ ผู้ประกอบการ ส่วนสมาชิกไม่ต้องการเงินปันผล ขอให้จ่ายค่าแรงงานที่ทำก็พอแล้ว กำไร-ขาดทุน อย่างไม่รู้ ก็ให้ทิมาทรรับผิดชอบเอง

ในช่วงการจัดตั้งกลุ่ม พ.ศ. 2545 กลุ่มฯ ได้เขียนโครงการขอเงินสนับสนุนจาก อบต. กำโลน และ อบต. กำโลนได้สนับสนุนเป็นวัสดุอุปกรณ์การก่อสร้างสถานที่ทำผ้าบาติกเป็นจำนวน เงิน 48,000 บาท และสมาชิกมาช่วยกันก่อสร้าง นอกจากนี้ ยังไปกู้เงินที่กลุ่มออมทรัพย์มา 50,000 บาท เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียน เมื่อจ่ายคืนเงินกู้หมดในปลายปี พ.ศ. 2547 ก็กู้มาอีก 150,000 บาท ซึ่งปัจจุบัน (กรกฎาคม 2547) ได้จ่ายคืนเงินกู้ได้ประมาณครึ่งหนึ่ง การตั้งชื่อกลุ่มนั้น หมอบัญชาเป็นผู้ตั้งชื่อให้ ตอนแรกนายทิมาทรตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มผ้าบาติกสีธรรมชาติ” ซึ่งหมอบัญชาเห็นว่าชื่อบ่ง บอกถึงกิจกรรมที่กลุ่มทำตรงเกินไป ไม่มีความดึงดูดใจ จึงตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มลายเทียน” อันหมายถึง การหล่อหลอมจิตใจคนทำงานให้เป็นหนึ่งเดียว นอกจากนี้ หมอบัญชายังได้แนะนำการออกแบบ ลวดลายผ้าบาติกว่าควรทำให้ฉีกจากแนวเดิม ซึ่งนายทิมาทรก็ทำตาม เพราะเห็นว่าการทำลวดลาย แบบเดิมจะทำการตลาดได้ยากและสินค้าไม่มีเอกลักษณ์ กลุ่มลายเทียน ได้รับการอนุญาตให้แสดง เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในเดือน กันยายน 2547 นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลชมเชยอันดับ 1 จากการประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP เมือง คอน '47 ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เนื่องในงานมังคุดหวาน อลังการ OTOP เมืองคอน '47 และได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2547 ประเภทผ้าเอนกประสงค์ ระดับสี่ ดาว กิจกรรมของกลุ่มเป็นการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการพัฒนาลวดลายให้เป็นเอกลักษณ์ และมีจุดเด่น เช่น ลวดลายทิวทัศน์ แหล่งธรรมชาติ สถานที่สำคัญ และบุคคลสำคัญ เป็นต้น- พัฒนานำผ้าไหม ผ้าลินิน ผ้าเรยอง ผ้าไหมจีน มาทำการผลิต

### แม่บ้านเกษตรสอยดาว

การจัดตั้งกลุ่มเกิดจากการที่ชาวบ้านต้องการมีอาชีพเสริม และผู้สูงอายุบางคนที่ไม่สามารถไปทำสวนได้อย่างมีงานทำ กอปรกับอยากเป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี และมีประโยชน์ จึงได้มีการพูดคุยปรึกษาหารือกัน และคุณดาราวรรณ ผลปิ่นทรัพย์ ได้รับปากที่จะสานงานต่อในเรื่องจัดตั้งกลุ่ม เพราะคุณดาราวรรณมีประสบการณ์ในการเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ เคยเป็นประธานกลุ่ม เคยออกงานแสดงสินค้า OTOP หลายครั้ง ทำให้มีประสบการณ์ รู้ช่องทาง และวิธีการที่จะจัดตั้งกลุ่ม คุณดาราวรรณรวบรวมสมาชิกและขออนุญาตจัดตั้งกลุ่มกับสำนักงานเกษตร และได้รับอนุญาตก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2547 วัตถุประสงค์ เพื่อให้แม่บ้านในหมู่บ้านตำบล มีอาชีพเสริมและทำงานเป็นกลุ่ม และเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งเสริมให้แม่บ้านเกษตรใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และเกิดความสามัคคี ส่งเสริมให้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างคน สร้างงาน และสร้างอาชีพ

### แม่บ้านทำขนม

เกิดจากชาวบ้านมีเวลาว่างมากหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตจากสวนสมรม จึงมีแนวคิดที่จะหาอาชีพเสริมให้แก่ตนเอง พอติดกับมีโครงการของ พออ. เข้ามาให้ความช่วยเหลือหมู่บ้านอยู่ในขณะนั้น โครงการฯ ก็ได้ชักชวน ให้แนวทางในการที่จะสร้างอาชีพเสริมให้แก่ชาวบ้าน จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านทำขนมขึ้นมา ในตอนเริ่มต้นจัดตั้งกลุ่ม มีสมาชิกคนหนึ่งในตอนนั้นได้เรียนหนังสืออยู่ที่วิทยาลัยแห่งหนึ่งในอำเภอ เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการคหกรรมและอาหาร เขาได้นำความรู้จากวิทยาลัยมาสอนให้แก่สมาชิกของกลุ่ม เป็นการสอนการทำขนมรูปแบบต่างๆ ตอนเริ่มต้นทำ ก็กินได้บ้าง กินไม่ได้บ้าง และมีการลงทุนไปซื้อหนังสือการทำขนมชนิดต่างๆ มาทดลองทำตามขั้นตอนในหนังสือ จนเกิดความชำนาญ ในที่สุดก็สามารถทำขนมส่งร้านค้าในชุมชนและศูนย์ผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการ ปัจจุบัน การทำขนมของกลุ่มจะนัดกันทำในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ เพียง 1 วัน โดยกลุ่มจะสำรวจความต้องการว่าจะส่งให้แต่ละร้านในปริมาณเท่าใด แล้วทำให้จำนวนพอดีกับปริมาณที่ร้านค้าต้องการ เหตุผลที่ต้องทำเช่นนั้น ก็เพราะขนมของกลุ่มจะไม่ใช้สารกันบูด จึงทำให้สามารถเก็บขนมได้เพียง 5 วัน หากมีการสั่งเร่งด่วน ก็จะมีการนัดมาทำตามความต้องการของลูกค้า และจำหน่ายให้แก่ประชากรในชุมชน นอกจากนี้ยังจำหน่ายให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชมการทำงานของกลุ่ม ซึ่งมีอยู่ตลอดเวลา ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน บางครั้งก็มีเด็กนักเรียน นักศึกษาเข้ามาดูงาน

### น้ำยาเอนกประสงค์ใช้ในครัวเรือน

ธกส. เป็นผู้ริเริ่มให้แนวคิดที่บ้านเรือนหรือครัวเรือนในชุมชนศิวิลมีปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ภาคอุตสาหกรรมกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งมันเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของคนในครอบครัวไปแล้ว จึงได้มีการพูดคุยกันว่าจะมีแนวทางไหนที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในด้านนี้ลงไป ได้บ้าง ซึ่งผลิตภัณฑ์ภาคอุตสาหกรรมมีราคาค่อนข้างสูง จึงคิดว่าการทำขึ้นมาใช้เอง น่าจะเป็นการช่วยลดต้นทุนลงได้ส่วนหนึ่ง ชาวบ้านที่สนใจก็ได้รวมกลุ่มกันแล้วไปดูวิธีการทำจากกลุ่มตำบล (ส่องแสง) ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลกำโลน และได้ศึกษารายละเอียด วิธีการ และขั้นตอนการทำ ครั้งแรกชาวบ้านก็ทดลองทำแล้วให้กลุ่มตำบลเป็นพี่เลี้ยง สอนขั้นตอนและวิธีการให้ เมื่อพอที่จะทำเองได้ ก็กลับมาทดลองทำกันเองที่กลุ่ม โดยเริ่มต้นส่ง “หัวเชื้อ N70” ซึ่งให้กลุ่มตำบลสั่งซื้อมาให้ จากนั้นก็ทำตามขั้นตอนตามที่ได้ศึกษามา ตอนแรกผลิตน้ำยาล้างจานก่อน แล้วก็ขายให้กับสมาชิกในกลุ่มในราคาต้นทุน เพื่อนำกลับไปใช้ในครัวเรือน จัดตั้งกลุ่มได้ประมาณ 1 ปี 6 เดือน วัตถุประสงค์ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายลงนำวัตถุดิบที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น จากการรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชน แล้วไปศึกษาเรียนรู้มาแล้ว ผลในตอนแรกก็ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในครอบครัวสมาชิกลงได้ และปัจจุบัน ก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เคยทำอยู่ให้ดีขึ้น และศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติม มีการผลิตหลากหลายชนิดมากขึ้น เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม สบู่เหลว และพิมเสนน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วงเริ่มต้น กลุ่มทำน้ำยาล้างจานที่สามารถเก็บไว้ได้ประมาณ 1 เดือน หากใช้ไม่หมดก็จะเสีย แต่ในปัจจุบัน สามารถเก็บไว้ได้นานเป็นปี เนื่องจากกลุ่มยังไม่เปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับบุคคลภายนอก สมาชิกที่มีความต้องการจะมารวมตัวกัน 3 - 4 คน มาทำและแบ่งกันไปใช้ แต่หลังจากได้รับการฝึกอบรมในวันที่ 24 - 28 พฤษภาคม 2548 โดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานแล้ว นอกจากจะขายผลิตภัณฑ์ให้กับสมาชิกในราคาต้นทุนแล้ว ยังมีส่วนหนึ่งที่มีไว้จำหน่ายแก่บุคคลภายนอกด้วย ปัจจุบัน สินค้าของกลุ่มยังไม่มีภาชนะสำหรับบรรจุที่ชัดเจน ผู้ที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ต้องนำภาชนะมาใส่เอง ขณะนี้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกอย่างโดยการชั่งเป็นกิโลขายให้กับสมาชิก

### การแปรรูปผลผลิตและถนอมอาหาร

ความเป็นมาเริ่มต้นจากการนั่งคุยกันว่ามีเวลาว่างจากการทำสวนก็ไม่รู้จะทำอะไรกัน เห็นว่ามีส้มแขก ซึ่งมีมากในหมู่บ้าน ก็ลองคิดกันว่าสามารถเอามาทำอะไรได้บ้าง และสรุปกันว่าน่าจะเอามาทำส้มแขกกวน จากนั้นก็เริ่มทดลองทำแล้วก็แบ่งกันชิมก่อน และเริ่มกระจายให้คนในชุมชนทดลองชิม เห็นว่ากระแสตอบกลับมาในทิศทางที่ดี ก็เลยรวมกันจัดตั้งกลุ่มทำการผลิตส้มแขกกวนและน้ำพริกส้มแขก ส่วนการทำงานก็จะนัดวันกันมาทำ โดยการผลิตจะใช้ความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น ส่วนการตลาดนั้น พัฒนาชุมชนและอุตสาหกรรมจังหวัดมาช่วยให้คำแนะนำ กลุ่มสามารถขยายตลาดออกไปได้เรื่อยๆ ทำให้สามารถทำงานในฤดูฝนได้ (ทำงานได้ตลอดปี)

### การแปรรูปผักผลไม้ชุมชนคีรีวง

กลุ่มแปรรูปผักผลไม้ชุมชนคีรีวงก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2542 โดยได้มีการนั่งพูดคุยกันในช่วงที่ว่างจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วก็ว่าง งานอยู่ มีการคิดหาอาชีพเสริมทำในช่วงว่างงาน และนำความคิดไปปรึกษา อบต. และผู้ใหญ่บ้าน อบต. ก็แนะนำให้รวมกลุ่มขึ้นมาก่อน ตอนแรกเป็นกลุ่มเล็กๆ มีสมาชิกประมาณ 10 คน รวมกันคิดทำน้ำผลไม้หรือสมุนไพรมีอยู่ในหมู่บ้าน แล้วตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มแปรรูปน้ำผลไม้” หลังจากนั้นกลุ่มได้เสนอโครงการของงบประมาณจากกองทุนชุมชนในโครงการเมนู 5 เป็นเงินกู้ระยะ 25 เดือน โดยสมาชิก 10 คนเป็นผู้กู้ได้เงินกู้คนละ 5,000 บาท ทางกองทุนจ่ายให้เป็นงวด 2 งวด ทางกลุ่มก็นำเงินไปซื้ออุปกรณ์ สร้างโรงเรือน และไปฝึกอบรมเรื่องการแปรรูปผลไม้ 3 ชนิด คือ น้ำส้มแขก ขิง และตะไคร้ จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (เกษตรสไลใหญ่) อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อมาในวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2543 กลุ่มได้ฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำข้าวเกรียบจากผักผลไม้ จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครศรีธรรมราช จำนวนผู้เข้าอบรม 20 คน เพื่อขยายกิจกรรมของกลุ่ม และได้เปลี่ยนชื่อกลุ่มเป็น “กลุ่มแปรรูปผักผลไม้ชุมชนคีรีวง” จากคำแนะนำของอาจารย์ที่ให้การอบรมกลุ่มๆ ทำน้ำส้มแขก ซึ่งเป็นผลไม้ในป่าที่ขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีอยู่มากพอสมควรในชุมชนคีรีวง นอกจากนี้ยังทำข้าวเกรียบจากผักผลไม้ และทำไวน์ผลไม้ ปัจจุบันทำไวน์มังคุดและไวน์มะยม

### อาชีพสวนผลไม้ชุมชนคีรีวง

กลุ่มอาชีพสวนผลไม้ชุมชนคีรีวงได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยการดำเนินการของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ได้เข้ามาพัฒนาชุมชนในโครงการพัฒนาการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจของชาวบ้านใน ชนบท (TERM) ในพื้นที่ชุมชนคีรีวง 1 หมู่บ้านของภาคใต้ ผลของการดำเนินกิจกรรมโครงการได้ข้อสรุปให้ดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนโดยการ ก่อสร้างห้องเย็นเก็บผลไม้ชุมชน การรวมกลุ่ม เกิดจากในช่วงฤดูกาลเก็บผลไม้ มีผลผลิตออกมาพร้อมกันทำให้ราคาต่ำ ชาวสวนจำเป็นต้องจำหน่ายเพราะถ้าเก็บไว้ก็เน่าเสีย ผลไม้บางชนิดสามารถนำมาแปรรูปได้ ทางกลุ่มจึงหาวิธีการรวมกลุ่มเพื่อรวบรวมผลผลิตและทำตลาดแบบประมูลราคา ซึ่งประสบผลสำเร็จพอสมควร แต่ทางกลุ่มยังขาดสถานที่และเครื่องอำนวยความสะดวก เช่น ห้องทำงานเก็บเอกสาร เครื่องชั่ง และรถยนต์ เป็นต้น

ปี พ.ศ. 2541 ได้งบประมาณสนับสนุนโครงการจากกระทรวงมหาดไทย 1,591,000 บาท

ปี พ.ศ. 2543 ได้ดำเนินการสร้างห้องเย็นเก็บผลไม้สำเร็จ แต่ไม่สามารถดำเนินการกิจกรรมในการเก็บผลไม้เข้าห้องเย็นได้เนื่องจากชาวบ้าน ขาดวิชาการการเก็บผลไม้เข้าห้องเย็น

ปี พ.ศ. 2545 กลุ่มได้เปิดกิจกรรมทำตลาดมังคุดคุณภาพ โดยวิธีการประมูลราคา ณ ที่ทำการของกลุ่ม (ที่ห้องเย็น) เป็นเวลา 69 วัน ได้รับซื้อมังคุดจากสมาชิกได้น้ำหนักรวม 90,952 กิโลกรัม ทำเงินให้กับสมาชิก 2,326,304 บาท สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม 70 คน ทางกลุ่มได้ทดลองห้องเย็นเก็บมังคุดประมาณ 700 กิโลกรัม โดยไม่มีการผ่านกระบวนการทางวิชาการ เก็บมังคุดลูกบรรจตุระกร้า 30 กว่าตุระกร้า เก็บไว้ได้ประมาณ 20 วัน ผลปรากฏว่ามังคุดเปลี่ยนสีเป็นดำลายทั้งหมดรสชาติเปลี่ยนและน้ำมาก

วัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มคุณภาพไม้ผลเช่น มังคุด ทุเรียน ฯลฯ เพิ่มรายได้กับกลุ่มและชุมชน อำนวยความสะดวกแก่สมาชิกกลุ่มและพ่อค้า ขยายกำลังการผลิตให้มากขึ้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด กลุ่มใช้วิธีการตกลงราคาตามความเป็นจริง และทำบันทึกหลักฐานรายรับรายจ่ายของกลุ่ม มีการทำระบบบัญชี

#### เกษตรกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมชุมชนศรีวัง

เป็นกลุ่มชาวบ้านที่สนใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้เริ่มก่อตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2542 สมาชิกกลุ่มอยู่ในพื้นที่หมู่ 4, 5, 8, 9, และ 10 จำนวน 31 คน โดยทางสถาบันพัฒนาชนบท มูลนิธิหมู่บ้าน ได้เข้ามาช่วยเหลือทำโครงการเกษตรกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยทำร่วมกับอีก 7 ชุมชนที่อยู่บริเวณรอบเขาหลวง รวมเป็น 8 ชุมชน

ปี พ.ศ. 2544 โครงการได้รับการอนุมัติจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทั้ง 8 ชุมชน โดยสนับสนุนกิจกรรมและการบริหารจัดการของกลุ่ม ในส่วนของกลุ่มชุมชนศรีวังได้รับเงินสนับสนุนมาจำนวน 232,700 บาท

ปี พ.ศ. 2545 สร้างโรงเพาะชำขนาดกว้าง 10 เมตร ยาว 20 เมตร พร้อมระบบน้ำภายในโรงเพาะชำ ใช้งบประมาณ 75,215 บาท และถลุงบรรจุดินพร้อมเพาะพันธุ์กล้าไม้อีกประมาณ 3,000 กว่าถลุง

นอกจากนี้สมาชิกจำนวน 16 คน พร้อมทั้งผู้รู้ในชุมชนได้ขึ้นไปสำรวจพันธุ์กรรมพืชบริเวณเชิงเขาหลวงเป็นเวลา 1 วัน ได้เรียนรู้พันธุ์พืชหลายชนิด

ปี พ.ศ. 2546 ได้สร้างโรงผสมปุ๋ยชีวภาพ 1 โรง ขนาดกว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร โดยกลุ่มได้จัดซื้ออุปกรณ์ และสมาชิกสนับสนุนแรงงานก่อสร้างจนสำเร็จ จากนั้นทำปุ๋ยชีวภาพแห้งน้ำออร์โมนไข่ไก่ และเพาะพันธุ์กล้าไม้

ปี พ.ศ. 2547 ได้สร้างศาลาประชุมประจำเดือนและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ศาลาขนาด 4X4 เมตร ใช้งบประมาณ 10,000 บาท และสมาชิกมาช่วยกันก่อสร้าง

นอกจากนี้สมาชิกยังขึ้นไปสำรวจพันธุ์กรรมพืชอีก และร่วมกับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ทำโครงการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อของพันธุ์กล้วยไม้ที่กำลังสูญพันธุ์

วัตถุประสงค์ของกลุ่มเพื่อรักษาสภาพด้านสิ่งแวดล้อมทำปุ๋ยใช้เอง ลดต้นทุนในการใช้ปุ๋ยเคมี มีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ให้กับชุมชนและผู้มาศึกษาดูงาน ทั้งภายนอกและภายใน มีตำราพจนานุกรม พืชสมุนไพรและบริการค้นคว้า

### ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง

จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวที่มาชมป่าชมธรรมชาติของยอดเขาหลวง มักมาตั้งการเดินทางที่หมู่บ้านคีรีวงแห่งนี้ ชาวบ้านจึงประกอบอาชีพเสริมด้วยการดำเนินกิจกรรมในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ทั้งเป็นมัคคุเทศก์นำทางเดินป่าขึ้นสู่เขาหลวงเพื่อศึกษาธรรมชาติ จัดที่พักอาศัยแบบ “โฮมสเตย์” ทำอาหารพื้นบ้าน และผลิตสินค้าพื้นเมือง เช่น ตุ๊กตาถนอมผ้ามัดย้อม จำหน่าย โดยได้จัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลกำโลนมาตั้งแต่ปี 2539 ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 47 ครอบครัว ทำรายได้ให้ชุมชนเป็นจำนวนมาก ถือเป็นต้นแบบในการจัดการธุรกิจประเภทนี้ มีชื่อเสียงโด่งดังในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ชุมชนคีรีวงได้วางระบบการดำเนินงานโดยมีศูนย์การท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็ง บ้านคีรีวง เป็นจุดหลัก คอยดูแลการทำงานของทุกกิจกรรมทั้ง การบริหารงาน การปกครอง การเงิน การท่องเที่ยว การศึกษา วัฒนธรรม สาธารณสุข การเกษตร สารสนเทศ มีคณะกรรมการทั้ง 9 ฝ่าย ร่วมคิด ร่วมวางแผน มาสู่แผนแม่บทชุมชน ทุกปีในช่วงเดือนกันยายน จะมีการประชุมเพื่อสรุปถอดบทเรียนจากการทำงานทั้งหมด นำปัญหาเพื่อปรับปรุงการทำงาน เตรียมแผนงานไว้รองรับทุกหน่วยงาน และที่สำคัญคือ การดำเนินงานที่มีศูนย์กลาง จะช่วยแก้ปัญหาการฉกฉวยผลประโยชน์จากภายในและภายนอกชุมชนได้ เป็นจุดที่ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ

### ลูกขุนน้ำบ้านคีรีวง

เป็นการรวมกลุ่มกันของเยาวชนในหมู่บ้านคีรีวง เพื่อสืบสาน รักษาและถ่ายทอดเรื่องราวของคีรีวงสู่ผู้มาเยือน ผ่านกิจกรรมการแสดงต่างๆ ในปัจจุบันเยาวชนได้ใช้ละครเงาถ่ายทอดเรื่องราวที่เกี่ยวกับหมู่บ้านคีรีวงให้กับผู้มาเยือนรับชมทั้งภาคภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ผลพวงจากการรวมกลุ่มของเยาวชนเพื่อให้เยาวชนห่างไกลจากยาเสพติด และเห็นคุณค่าในท้องถิ่นนั่นเอง

จากวิกฤตทางภัยธรรมชาติทั้งสามครั้งที่ผ่านมา ต้นเหตุที่สำคัญที่เป็นผลมาสู่ความหายนะคือ การบุกรุกทำลายป่าเพื่อสร้างสวนสมรม รวมทั้งจากสภาพพื้นที่ของเทือกเขาหลวงซึ่งมี



ความสูงถึง 1,835 เมตร เป็นจุดที่ปะทะลมมรสุมทั้งจากอันดามันและอ่าวไทย หากป่าไม้ถูกทำลาย ปัญหาคงจะเกิดซ้ำแล้วซ้ำเล่า ชุมชนคีรีวงได้หันกลับมามองถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตจากการทำการเกษตรที่ผ่านมา คนในชุมชนได้เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกัน เกิดขึ้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนทั้งด้านองค์ความรู้ต่างๆ และงบประมาณ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีการขยายกิจกรรมมาสู่การเพิ่มรายได้ โดยการใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนมาทำให้สินค้าเกษตรเกิดมูลค่าเพิ่ม ทั้งชาวคีรีวงยังตระหนักดีว่า ปัจจุบัน กระแสสังคม วัตถุนิยม วัฒนธรรมแปลก ๆ ต่างหลั่งไหลมาสู่คีรีวงมากมาย คณะกรรมการชุมชนคีรีวง ต้องพยายามสร้างความเข้มแข็งแก่ประชาชนให้สามารถต้านทานต่อความเปลี่ยนแปลง ชะลอความเสียหายมิให้เกิดปัญหาการฉกฉวยแย่งชิงผลประโยชน์ ซึ่งจะเป็นเหตุที่รุนแรงกว่าภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ผลการศึกษาริบทของหมู่บ้านคีรีวง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านข้อมูลพื้นฐานที่ทำให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ศักยภาพของพื้นที่ทั้งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและความเข้มแข็งของชุมชน ความน่าสนใจของพื้นที่ สามารถนำไปกำหนดแนวทางและวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อประโยชน์ในการยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชให้มีการพัฒนาสู่รูปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ต่อไป

