



รายงานวิจัย

เรื่อง

แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

CREATIVE TOURIST APPROACHES FOR ECOTOURISM BUSINESS

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THAILAND

โดย

ผศ.ดร. ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2557

ชื่อโครงการวิจัย: แนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

ชื่อผู้ทำวิจัย: ผศ.ดร.ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์

ปีที่ทำการวิจัย: 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) การจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2) ศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) ศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เช่น การจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลขององค์ประกอบเชิงยั่งยืนของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถลดจำนวนปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จาก 20 ปัจจัยเหลือเพียง 9 ปัจจัย ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง การจดจำและประทับใจ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้ความสำคัญสูงสุดในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเลเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ภูเขา การให้ความสำคัญกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการจดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ คือการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า คือการช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Research Title: CREATIVE TOURIST APPROACHES FOR ECOTOURISM BUSINESS

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THAILAND

Researcher: Asst. Prof. Dr. Luxanawadee Boonyasirinun

Year: 2014

ABSTRACT

The objectives of this research are to do confirmatory variables using data reduction factor Sustainable tourism, to study the relationship between the practice of local people in Thailand and the principles of sustainable tourism, and to study the relationship between the factors related to creative tourism and the principles of sustainable tourism. Four hundred tourists have been sampling, including a deep interview from experts. The frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, factor analysis, t-test, ANOVA, and correlation have been used for statistics analysis.

The results have been shown that the principle of sustainable tourism factors and creative tourism can be reduced from 20 to 9 such as culture sharing, culture understanding, the ability to create their own journey, community products and process understanding, impression, resource sustainability, reducing over-consumption and waste, involving local communities, and consulting stakeholders and the public. The practice of local people in Thailand and the factors related to creative tourism have no relationship with principles of sustainable tourism. The ecological tourism prefers marine traveling and mountain visiting, respectively. In the factor of creative tourism order to sustainable development, some factors are considered important such as impression and understanding. For the important principle of sustainable tourism, conservation and use of resource wisely. For the practice of local people, cleanliness is considered important.

For the depth interviews, the experts suggest to promote the tourists to aware of the important of resources and creative tourist for sustainable development.

Key Words Creative Tourist, ECO-Tourism, Sustainable Tourism

กิติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทยในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยการสนับสนุนทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จึงขอขอบพระคุณท่านผู้บริหารเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณคณะกรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัย ที่ให้คำแนะนำ ในการปรับข้อเสนอโครงการวิจัย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย ขอขอบคุณผู้ประสานงานในการเก็บข้อมูล ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ทำการสัมภาษณ์ พอ.ดร. นาฬิกาติภักดิ์ แสงสนิท และดร. ประเสริฐ สอนสถาพรกุล และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและนำไปประยุกต์ใช้ด้านการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจและการศึกษาวิจัยต่อไป



ผศ.ดร.ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์

25 พฤษภาคม 2559

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3	สมมติฐานการวิจัย	4
1.4	ประโยชน์ของงานวิจัย	4
1.5	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6	ขอบเขตของการวิจัย	6
1.7	ระเบียบวิธีวิจัย	6
1.8	กรอบแนวคิดของการวิจัย	8
1.9	ระยะเวลาและแผนในการทำวิจัย	9

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	23
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	33
2.4 แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน	38
2.5 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	42
2.6 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดสีเขียว	52
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	66
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	67
3.4 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ	68
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	68
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	69

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1 <u>ส่วนที่ 1</u> ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ	71
---	----

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 <u>ส่วนที่ 2</u> ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	81
4.3 <u>ส่วนที่ 3</u> ผลการทดสอบสมมติฐาน	88
4.4 <u>ส่วนที่ 4</u> ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	141
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	145
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	154
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้	163
5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	164
บรรณานุกรม	167
ประวัติผู้วิจัย	176
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข ค่าความเที่ยง	
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่น	

ตารางที่	หน้า	
2.1	หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	29
4.1	ความถี่และร้อยละจำแนกตามการทำงาน	81
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	86
4.14	ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยื่นของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยื่นของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	88
4.17	การทำงาน* แนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์	94
4.28	การทำงาน* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	105
4.39	การทำงาน* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว	116
4.50	หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* แนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์	130

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
4.2	ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยื่นของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และ ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยื่นของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการ พัฒนารัฐกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	91



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และได้มีการพัฒนาการออกเป็นหลากหลายรูปแบบเรื่อยมาตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบวิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งคงเป็นเรื่องที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลประการหนึ่งที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดีขึ้น สร้างคุณภาพของการดำเนินชีวิตให้เกิดความสุข ความผ่อนคลาย และก่อให้เกิดกำลังใจ กำลังใจ และกำลังความคิดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบต่างๆ ก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจสังคม ได้เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อเรื่องต่างๆ ได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นการรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาการด้านต่างๆ ซึ่งควรที่จะต้องได้รับการมีส่วนร่วมทั้งด้านความคิดเห็น และความร่วมมือ ในการพัฒนาการในด้านต่างๆ จากหลายภาคส่วนจึงจะทำให้เกิดความราบรื่นในทิศทางเดียวกันของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ กับความผูกพันของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ให้สนใจเข้าไปเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ซึ่งผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ นำเสนอ และเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้แก่ผู้มาท่องเที่ยว

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสากล เริ่มต้นตัวตั้งแต่ก่อตั้ง UNEP ในพ.ศ. 2516 และเพิ่มขึ้นมาก หลังการประชุม Earth Summit ที่เมือง Rio de Janeiro พ.ศ. 2535 ผลักดันประเทศในการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โดยมี 2 หัวข้อสำคัญ คือ เผยแพร่ส่งเสริมธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Business) และ การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะยังประโยชน์อย่างเอกอนันต์ต่อธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันจึงเห็นได้จากหลายๆ ประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงก่อเกิดนโยบาย กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติต่างๆ อีกมากมาย เพื่อเป็นแรงผลักดัน และส่งเสริมองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ให้เข้าสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจที่มีการดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ดังนั้นแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน จึงแนวคิดที่มีมุมมองที่หลากหลาย อาทิเช่น ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ได้มีมุมมองที่สามารถสรุปได้ว่า ในเรื่องธุรกิจที่เป็น

มิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการมองอย่างองค์รวม คือ การพัฒนาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กระบวนการที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และการสร้างแรงจูงใจการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน จะต้องประกอบด้วย การคำนึงถึงการเจริญเติบโตทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน (Growth & Green) และรศ.ดร.อดิสร อิศรางกูร ณ อยุธยา (2550) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainability from work) หมายถึงการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาในอนาคต เป็นการพัฒนาที่ต้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีปัจจัยที่จะทำให้องค์กรเข้าสู่ “ธุรกิจสีเขียว” ได้ดังนี้คือ กระแสของ โลกาภิวัตน์นวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัย ข้อตกลงทางการค้าใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การผลิตตาม มาตรฐานสากล ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง การหาแหล่งผลิตสินค้าที่คุ้มค่ากับการลงทุน อีกทั้ง จากแนวคิด ในหนังสือ Green Ocean สรุปได้ว่าผู้ที่ดำเนินพัฒนาให้เป็นไปได้ตามแนวทางดังกล่าวได้ในเบื้องต้น คือ คนและการจัดการระบบ การดำเนินตามแนวทางการธุรกิจสู่แนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่าง ยั่งยืนจะก่อให้เกิดประโยชน์ในหลายด้าน อาทิเช่น ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการคุณภาพสูงที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม และประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว สังคมและสิ่งแวดล้อมได้รับการใส่ใจ ควบคุม ดูแล ฟื้นฟู และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เกิดแนวทางการพัฒนาปรับปรุง นวัตกรรมกระบวนการผลิต เครื่องจักร เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยทั้งต่อผู้ใช้และ สิ่งแวดล้อม และทำให้ธุรกิจและสังคมดำรงอยู่ และเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เป็นต้น

ดังนั้นในงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาใน 3 ประเด็นต่อไปนี้ คือ 1. เพื่อจัดกลุ่ม หรือลดจำนวนตัวแปรหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ใน ท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยแนว ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อหลักการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางให้บุคคล ชุมชน ธุรกิจ ตระหนักถึงความสำคัญของแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อย่างยั่งยืนในประเทศไทย และได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจของตนเอง ให้เข้าสู่การปฏิบัติที่เหมาะสม ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดการทำวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ในการวิจัย เพื่อลดจุดบกพร่องของ การวิจัยแต่ละประเภทลง และให้ได้ผลงานวิจัยที่มีรูปแบบสมบูรณ์ และสามารถตอบปัญหาของการวิจัยในครั้งนี้ ให้ได้ละเอียดที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งจะมีการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบ เป็นพื้นฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยเป็นส่วนประกอบของ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility (CSR)) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรควรให้ความสำคัญ ซึ่งมีหลักการและ เหตุผลที่ดี จึงได้ถูกบรรจุเป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตทางผลกำไร

และคำนึงถึงการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน เพื่อมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณสมบัตินักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 6 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

1.4 ประโยชน์ของงานวิจัย

1. เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในประเทศไทย หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

2. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ การจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปร เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการประยุกต์พัฒนาเป็นนโยบายปฏิบัติการต่อไป

3. นำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างแรงจูงใจในการส่งเสริมผลักดัน แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

4. เป็นแนวทางการประเมิน ตรวจสอบ และควบคุมการปฏิบัติการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่อไปให้มีนโยบาย แนวทาง การปฏิบัติการที่มีรูปแบบชัดเจนต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย ให้มีรูปแบบที่เป็นที่ต้องการของสังคม เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงตามหลักการ

5. การนำข้อมูลที่ได้มาเผยแพร่เพื่อเป็นแนวทางการวางแผนพัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการวิจัย และงานสร้างสรรค์โครงการวิชาการหรือการปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย ที่จะก่อเกิดอรรถประโยชน์ที่แท้จริงต่อธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อไป

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง เป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่มีความลึกซึ้ง ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ กับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ให้สนใจเข้าไปเรียนรู้ และมีส่วนร่วม ในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน (Sustainable Ecotourism) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สนองตอบต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่กระทบกระเทือนความสามารถของคนรุ่นต่อไป ในการที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง โดยยึดหลักการความยุติธรรมในสังคมระหว่างชนรุ่นปัจจุบันกับชนรุ่นต่อไป และความยุติธรรมระหว่างชนรุ่นเดียวกัน ด้วยการคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นใหญ่ เพื่อเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สมดุลและผสมผสานทั้งการพัฒนาด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

1.6 ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ได้แก่ ศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และการปฏิบัติของผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

2. **ขอบเขตด้านประชากร** ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในประเทศไทย จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2556 อุทยานแห่งชาติทั้งหมด 147 อุทยานแห่งชาติ ปี 2556 นักท่องเที่ยวทั้งหมด 11,275,874 คน แยกเป็นคนไทย 9,832,956 คน ชาวต่างประเทศ 1,442,918 คน เลือกรูปแบบตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง จากอุทยานแห่งชาติทางบก 1 แห่ง และอุทยานแห่งชาติทางทะเล 1 แห่ง จากอุทยานแห่งชาติที่เป็นที่นิยมจาก 10 อันดับ คือ อุทยานฯ เขาใหญ่ จ.นครราชสีมา และอุทยานฯ เขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด แห่งละ 200 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2556, ออนไลน์)

3. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ตั้งแต่ วันที่ 31 พฤษภาคม 2558 ถึง 31 พฤษภาคม 2559

4. **ขอบเขตด้านพื้นที่** อุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง จากอุทยานแห่งชาติทางบก 1 แห่ง และอุทยานแห่งชาติทางทะเล 1 แห่ง จากอุทยานแห่งชาติที่เป็นที่นิยมจาก 10 อันดับ คือ อุทยานฯ เขาใหญ่ จ.นครราชสีมา และอุทยานฯ หาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี

1.7 ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 ท่าน ได้แก่ ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และผู้อำนวยการสำนักอุทยานแห่งชาติ หรือผู้แทน

การวิจัยเชิงปริมาณ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2556 อุทยานแห่งชาติทั้งหมด 147 อุทยานแห่งชาติ ปี 2556 นักท่องเที่ยวทั้งหมด 11,275,874 คน แยกเป็นคนไทย 9,832,956 คน ชาวต่างประเทศ 1,442,918 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ อุทยานแห่งชาติทางบก คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทางทะเล คืออุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี จาก 10 อันดับยอดนิยม โดยทำการแจกแบบสอบถาม กำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยประมาณประชากรเป็นจำนวนอนันต์ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ประมาณ 400 ราย แยกเป็นแห่งละ 200 คน

(ฝ่ายนวัตกรรมสารสนเทศอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติ. ค้นเมื่อ วันที่ 10 ตุลาคม 2557, จาก npdatabase@dnp.g)

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คือ ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน)และผู้อำนวยการส่วนอุทยานแห่งชาติ หรือผู้แทน

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โดยทำการสัมภาษณ์ขั้นต้นแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวนประมาณ 400 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ขั้นต้น จากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ และวัดค่าความเชื่อมั่น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.9 ระยะเวลาและแผนในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้ศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้เสนอแนวคิด และทฤษฎี ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยววันนี้ นับเป็นกิจกรรมตามธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณ แต่เดิมจะเป็นเพียงผลพลอยได้จากการแสวงบุญ หรือเพื่อติดต่อค้าขาย เยี่ยมญาติ การศึกษา สุขภาพอนามัย เหตุผลทางการเมือง และแสวงหาแหล่งเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีหลักฐานปรากฏทางประวัติศาสตร์ในครั้งแรกเกิดขึ้นเมื่อประมาณ 4,000 ปี มาแล้ว โดยมีจารึกข้อความไว้ที่ผนังวิหาร Del el Bahari ที่เมือง Luxor ได้เล่าเรื่องการประพาสเมือง Punt (สันนิษฐานว่าเป็นประเทศโรมาเนียในปัจจุบัน) โดย Hatshepsut แห่งอียิปต์

Anderson (อ้างถึงใน รัตนภูมิ ศรีวิชัยมูล, 2539) กล่าวว่า ร่างการของมนุษย์ทุกคนมีพลังความอยากผจญภัยที่เรียกว่า พลังยูลิสซิส ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้มนุษย์ทุกคนต้องออกเดินทางก็ตาม แต่นั่นไม่อาจทำให้มนุษย์เกิดความย่อท้อในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวได้ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยววันนี้ นับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับมนุษย์ เพราะการท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์ของชีวิต ที่จะช่วยให้มนุษย์ที่แตกต่างกันทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ได้มีโอกาสรู้จักสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังเป็นการเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่เคยปฏิบัติในชีวิตประจำวันอันทำให้มนุษย์รู้สึกเบื่อหน่าย และเกิดความเครียดได้ จึงเป็นเรื่องที่ช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากความเครียด มนุษย์จึงปรารถนาที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่อยู่เสมอ

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

Harris and Joy (1996: 154) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่ามาจากหลายจุดมุ่งหมาย คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวระยะสั้นที่มีหลายจุดมุ่งหมาย ซึ่งเป็นการที่ประชาชนได้เดินทางเคลื่อนย้ายจากที่อยู่อาศัยประจำเพื่อธุรกิจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุดงานเยี่ยมเพื่อนและญาติ
2. เป็นการท่องเที่ยวระยะสั้นในช่วงที่มีเวลาว่างเป็นการพักผ่อนเพียงหนึ่งคืน เพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก
3. เป็นกิจกรรมทางด้านอุตสาหกรรม เป็นการเดินทางไปรวมกันเพื่อธุรกิจ และมีการเตรียมสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจ ความเพลิดเพลิน และเป็นกิจกรรมยามว่างที่ได้ห่างไกลจากสิ่งแวดล้อมที่บ้าน
4. เป็นปรากฏการณ์ที่รวมเข้าด้วยกัน โดยเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ คณะผู้ต้อนรับระดับรัฐบาล ผู้ต้อนรับในชุมชน เพื่อการต้อนรับและรับรองสำหรับผู้มาเยือน
5. เป็นการศึกษาในพื้นที่ เป็นที่ได้ห่างไกลจากที่อยู่ประจำ เพื่อแสวงหาสิ่งที่ตอบสนองความต้องการและจะส่งผลถึงคุณลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

2.1.2 การท่องเที่ยวของประเทศไทย

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2540) ได้การวิเคราะห์สถานการณ์ และแนวโน้มการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายๆ ประเทศ และมีการเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง โดยระยะหลังมีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น และพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการคมนาคม ซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลทางสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ข้อจำกัดซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการท่องเที่ยว เช่น ความตึงเครียดทางการเมืองได้ผ่อนคลายลง มีผลให้การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

รูปแบบการท่องเที่ยวของมอร์เร่ (Morley 's Model of Tourism); (Ross, F.G., 1998; p.6)แสดงให้เห็นส่วนประกอบที่สำคัญ 2 ส่วนของการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน คือ นักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยว ซึ่งการที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยว หรือ พักอาศัย เลือกที่จะไปสถานที่หนึ่งใด ภูมิประเทศ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และ

นอกเหนือจากนั้นยังมีส่วนประกอบอื่นๆ อีกที่เข้ามามีผลกระทบ หรือมีบทบาทต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เช่น รัฐบาล สังคม เศรษฐกิจ และลักษณะของประชาชนในท้องถิ่น

ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของตลาดการท่องเที่ยวของวิกท์ (Environmentally Responsible Marketing of Tourism) Wight, P. (1994) p.46 ; เสนอมุมมองในการให้ความสำคัญในการให้ความร่วมมือในพื้นที่ และผลกระทบที่จะตามมา โดยกลุ่มผู้ค้ากำไรจะเป็นกลุ่มองค์กรที่ให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย และมีผลกระทบตามมาที่ค่อนข้างมากกว่า กลุ่มที่ไม่ค้ากำไร โดยได้นำเสนอการจัดแบ่งกลุ่มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้เสนอขาย แรงจูงใจ และผลกระทบ ดังนี้

2.1.3 ธุรกิจท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดย สุวีร์ณีย์ โสภณศิริ (2554) มีแนวคิดว่า

การท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนา ต่างก็ให้ความสนใจกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ให้บริการในด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางออกจากภูมิลำเนา และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายด้าน ดังนี้ คือ

ธุรกิจขนส่ง ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ

ธุรกิจที่พัก ได้แก่ รีสอร์ท สปาเพื่อสุขภาพ โรงแรมออลสวีท โรงแรมสำหรับพักระยะยาว เบดแอนด์เบรกฟาสต์ โรงแรมบูติก โรงแรมจีวี

ธุรกิจอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารฟาส์ฟู้ด ร้านอาหารเฉพาะทาง ร้านอาหารขึ้นดี ร้านอาหารแบบธิม

ธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ ทัวร์แบบอิสระ ทัวร์แบบไม่มีผู้นำเที่ยว ทัวร์แบบมีผู้นำเที่ยว ทัวร์แบบมีผู้นำเที่ยวส่วนตัว

ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีในท้องถิ่นนั้นๆ

2.1.4 การท่องเที่ยวของประเทศไทย

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2540) ได้การวิเคราะห์สถานการณ์ และแนวโน้มการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายๆ ประเทศ และมีการเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง โดยระยะหลังมีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น และพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการคมนาคม ซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลทางสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ข้อจำกัดซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการท่องเที่ยว เช่น ความตึงเครียดทางการเมืองได้ผ่อนคลายลง มีผลให้การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

รูปแบบการท่องเที่ยวของมอร์เร่ (Morley 's Model of Tourism); (Ross, F.G., 1998; p.6) แสดงให้เห็นส่วนประกอบที่สำคัญ 2 ส่วนของการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน คือ นักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยว ซึ่งการที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยว หรือ พักอาศัย เลือกที่จะไปสถานที่หนึ่งที่ได้ ภูมิประเทศ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และนอกเหนือจากนั้นยังมีส่วนประกอบอื่นๆ อีกที่เข้ามามีผลกระทบ หรือมีบทบาทต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เช่น รัฐบาล สังคม เศรษฐกิจ และลักษณะของประชาชนในท้องถิ่น

ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของตลาดการท่องเที่ยว ของวิกท์ (Environmentally Responsible Marketing of Tourism) Wight, P. (1994) p.46; เสนอมุมมองในการให้ความสำคัญในการให้ความร่วมมือในพื้นที่ และผลกระทบที่จะตามมา โดยกลุ่มผู้ค้ากำไรจะเป็นกลุ่มองค์กรที่ให้ความร่วมมือค่อนข้างน้อย และมีผลกระทบตามมาที่ค่อนข้างมากกว่า กลุ่มที่ไม่ค้ากำไร โดยได้นำเสนอการจัดแบ่งกลุ่มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้เสนอขาย แรงจูงใจ และผลกระทบ ซึ่งแรงจูงใจเพื่อหวังผลกำไรมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ ดังนี้

1. การขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ไม่ตระหนักถึงหรือไม่ใส่ใจในผลกระทบ)
2. การรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวและการตลาด (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ตระหนักถึงผลกระทบ และพยายามใส่ใจที่จะดูแลในคงเดิม)
3. การช่วยเหลือในพื้นที่และจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ดูแลในคงเดิม บริจาค ประกอบกิจกรรมร่วมกันโดยไม่หวังผลกำไร)

4. การบริการการท่องเที่ยว (การบริการสมาชิก แหล่งของเงินทุน)
5. การอนุรักษ์และรักษา (การอนุรักษ์ การศึกษา มูลนิธิ)
6. การใช้วิทยาศาสตร์และการวิจัย (การศึกษาและการวิจัย)

2.1.5 ปัจจัยของการท่องเที่ยว (วรรณภา วงษ์วานิช, 2539) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

จุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่างๆที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือ เรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริการจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3) การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างสะดวก

2.1.6 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (อรนุช ศิลป์มณีพันธ์, 2547) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็น

สถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึง

พอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักหรืออาหาร เป็นต้น

การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาด

การท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทาง

ไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมีจุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

(<http://masterplan.andamanecotourism.com/>)

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว มีคำจำกัดความหลากหลาย แต่ล้วนมีรากฐานมาจากแนวคิดเรื่องมิติของ

บทบาทนักท่องเที่ยว (The dimension of the tourist role; Cohen (1974)) ว่าจะต้องเป็นบุคคลที่มีการเดินทางในลักษณะเฉพาะในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลา ระยะทาง ความสมัครใจ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง โดยแนวโน้มของพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้จะนำไปสู่การปรับตัวของธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้นได้ พฤติกรรมในปัจจุบัน สรุปได้ ดังนี้

1. แสวงหาบริการที่สะดวกรวดเร็ว คือ ชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมองหาธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการที่สะดวกรวดเร็วได้มากขึ้น (Hudson , 2008)

2. เกี่ยวบ่ยขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลง คือ ปัจจุบันความเครียดของคนมีมากขึ้น ทำให้ความต้องการพักผ่อนเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการปรับมาเกี่ยวกับระยะสั้นในช่วงวันหยุด แทนการที่จะรอไปเที่ยวระยะยาวเพียงปีละครั้งเหมือนในอดีต (Raza, 2004)
3. มีความห่วงใยสุขภาพมากขึ้น คือ การห่วงใยสุขภาพมากขึ้นทำให้เกิดการเลือกใช้บริการในธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพได้ด้วย (Hudson, 2008)
4. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น คือ การตระหนักถึงความจำเป็นในที่ต้องช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม จึงทำให้แสวงหาสินค้าและบริการที่ธุรกิจคำนึงถึงการประกอบกาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด (Hudson, 2008)
5. ความต้องการบริการที่มีรูปแบบเฉพาะบุคคล คือ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน จึงมองหารธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้เข้ากับความต้องการของพวกเขาให้มากที่สุด (Hudson, 2008)

2.1.8 การจัดแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยว แบ่งได้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยว คือ การได้มีโอกาสไปชมความงามตามธรรมชาติของพืช สัตว์ และชุมชนท้องถิ่น (Swarbrooke & Horner 1999)
2. นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย กำลังเป็นที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และท้าทาย (Bentley, Cater & Page 2009)
3. นักท่องเที่ยวกลุ่มคู่รัก คือนักท่องเที่ยวที่อาจเป็นกลุ่มคู่รัก มาแสวงหาความโรแมนติกเป็นสำคัญ และมีความเจ็บสงบปราศจากการรบกวนจากบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวยาวนาน และพร้อมจ่ายระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่าแบบอื่นถึง 3 เท่า (Swarbrooke & Horner 1999)

4. นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทั้งครอบครัว ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ในการตัดสินใจท่องเที่ยวในที่หนึ่งที่ได้ (Thornton, Shaw & Williams 1997)
5. นักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ คือ การสังเกตที่สัมภาระของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้เป้ แทนที่จะเป็นกระเป๋าลาก จะมีความพร้อมในทุกสถานการณ์ มีการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวระยะยาว มีการเดินทางไปหลายแห่ง โดยไม่ได้กำหนดอย่างเคร่งครัดว่าจะทำกิจกรรมอะไร เมื่อไรอย่างไร (Maoz, 2006)
6. นักท่องเที่ยวเพื่อตีตมกิน การท่องเที่ยวแบบนี้เพิ่งเกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นการนิยมจากผู้หลงใหลเรื่องอาหารการกินต่างๆ (Hall & Sharples, 2008)
7. นักท่องเที่ยวเพื่อถ่ายภาพ คือ เลือกเดินทางโดยคำนึงถึงการถ่ายภาพเป็นสำคัญเพื่อเก็บภาพความประทับใจ หรือเรื่องราวที่สนใจเป็นพิเศษ ซึ่งสังเกตได้ว่าจะพบล่องที่มีคุณภาพสูง (Palmer & Lester, 2005)
8. นักท่องเที่ยวเพื่อตามรอยภาพยนตร์ การชมละครหรือภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อส่งผลต่อการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ตามที่ปรากฏ (Iwashita, 2008)
9. นักท่องเที่ยวบนเรือสำราญ เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเหมือนอยู่ในโรงแรม นักท่องเที่ยวที่อายุมากจะใช้ระยะเวลายาวนานบนเรือ นักท่องเที่ยวอายุน้อยจะใช้ระยะเวลาสั้นเป็นส่วนใหญ่ (Mancini, 2000)
10. นักท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม อาจมาเยี่ยมเยือนในที่ที่ตนเองหรือคนใกล้ชิดประสบกับโศกนาฏกรรมหรือมาในที่ที่เคยรับทราบเรื่องราวที่สะเทือนใจ (Weaver & Lawton, 2006)

2.1.9 ความเสี่ยงที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยว (Reisinger and Mavodo, 2005) ให้ความเห็นเรื่อง (อ้างถึงในสุวิณัส โสภณศิริ (2554) น.73) เช่น

- ความเสี่ยงด้านอาชญากรรม เช่น อาจถูกปล้น ข่มขืน หรือถูกฆ่า
- ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรม เช่น ความเข้าใจผิดในภาษาที่สื่อสาร และการปรับตัว
- ความเสี่ยงด้านการเงิน เช่น อาจรู้สึกว่าการบริการไม่คุ้มค่าเงินที่เสียไป

- ความเสี่ยงด้านสุขภาพ เช่น อาจเจ็บป่วยในระหว่างเดินทาง
- ความเสี่ยงด้านการเมือง เช่น เข้าไปอยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง
- ความเสี่ยงด้านสังคม เช่น การท่องเที่ยวที่เลือกอาจไม่ยอมรับจากผู้ที่มาด้วย
- ความเสี่ยงด้านการก่อการร้าย เช่น อาจตกอยู่ในสถานการณ์การก่อการร้าย
- ความเสี่ยงด้านกายภาพ เช่น อาจเกิดการบาดเจ็บในขณะที่ท่องเที่ยว

2.1.10 ลำดับประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเที่ยวมากที่สุด

ลำดับที่ 1	ประเทศฝรั่งเศส	75,100,000 คน
ลำดับที่ 2	ประเทศสเปน	53,600,000 คน
ลำดับที่ 3	ประเทศสหรัฐอเมริกา	46,100,000 คน
ลำดับที่ 4	ประเทศจีน	41,800,000 คน
ลำดับที่ 5	ประเทศอิตาลี	37,100,000 คน
ลำดับที่ 6	ประเทศอังกฤษ	27,800,000 คน
ลำดับที่ 7	ประเทศฮ่องกง	21,800,000 คน
ลำดับที่ 8	ประเทศเม็กซิโก	20,600,000 คน
ลำดับที่ 9	ประเทศเยอรมัน	20,100,000 คน
ลำดับที่ 10	ประเทศออสเตรเลีย	19,400,000 คน
ลำดับที่ 28	ประเทศไทย	11,650,000 คน

ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) (สันติ เอื้อจงประสิทธิ์, 2549)

เมืองที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในปี 2015 ตามการคาดการณ์ของมาสเตอร์การ์ด 10 อันดับแรก

อีโคโนมิคไทมส์/ซีเอ็นเอ็น - เมืองต่างๆ ของเอเชียยังคงครองความโดดเด่นในดัชนีสุดยอดเมืองจุดหมายปลายทางของโลกจากการจัดของมาสเตอร์การ์ด ด้วยติด 1 ใน 10 อันดับที่ได้รับความนิยม ถึง 5 เมือง โดย “กรุงเทพมหานคร” ยังได้เป็นอันดับที่ 2 ของโลก และอันดับ 1 ของเอเชียไว้ได้อีกครั้ง

ผลการสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายทางของโลกประจำปี 2015 ของมาสเตอร์การ์ด (MasterCard Global Destination Cities Index) ซึ่งจัดอันดับตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนและพักค้างคืน รวมถึงใช้จ่ายข้ามพรมแดนตามเมืองต่างๆ 132 แห่งทั่วโลก เพื่อคาดการณ์จำนวนและการเติบโตของนักท่องเที่ยวในเมืองนั้นๆ พบว่า กรุงเทพมหานคร ติดอันดับ 2 ของโลก และอันดับ 1 ของเอเชีย ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนและพักค้างคืน ด้วยจำนวน 18.24 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จากปีก่อนหน้า

1. ลอนดอน นักท่องเที่ยว 18.82 ล้านคน
2. กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยว 18.24 ล้านคน
3. ปารีส นักท่องเที่ยว 16.06 ล้านคน
4. ดูไบ นักท่องเที่ยว 14.26 ล้านคน
5. อิสตันบูล นักท่องเที่ยว 12.56 ล้านคน
6. นิวยอร์ก นักท่องเที่ยว 12.27 ล้านคน
7. สิงคโปร์ นักท่องเที่ยว 11.88 ล้านคน
8. กัวลาลัมเปอร์ นักท่องเที่ยว 11.12 ล้านคน
9. โซล นักท่องเที่ยว 10.35 ล้านคน
10. ฮองกง นักท่องเที่ยว 8.66 ล้านคน

ที่มา: ASTV ผู้จัดการออนไลน์ ไทยรั้งอันดับ 2 ของโลก เมืองนักท่องเที่ยวมากสุดปี 2015 (4 มิถุนายน 2558)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงได้รับความนิยมสูงอยู่มาก ดังนั้นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวควรที่จะตระหนักถึงความสำคัญ ส่งเสริม สนับสนุน

ร่วมมือ ในทุกภาคส่วนและธุรกิจควรรำองค์ความรู้ในเรื่องต่างๆ มาพัฒนาปรับปรุงธุรกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันให้ดีขึ้น

2.1.11 แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว

เป็นกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมนั้น และอยู่ยาวนานขึ้น จึงทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวมีมากมายหลากหลายประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

1. ให้ความรู้และประสบการณ์ เช่น พักผ่อนชมธรรมชาติ ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายภาพธรรมชาติ ดูนก ชมปะการัง
2. ให้ความบันเทิง เช่น สวนสนุก อุทยานแนวคิด สวนหย่อม สวนสัตว์
3. การกีฬา เช่น เข้ามาเล่นกีฬา ฝึกซ้อมกีฬา เข้ามาชมกีฬา การฟื้นฟูสุขภาพ

2.1.12 แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ศูนย์วิจัยป่าไม้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2538) เสนอแนวคิดว่าพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นงานอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงและเสริมแต่งแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ที่ดียิ่งขึ้น เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย ซึ่งสามารถสรุปได้ 8 ขั้นตอนดังนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจแหล่งท่องเที่ยว ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดอยู่บ้าง มากน้อยเพียงใด โดยสำรวจตรวจสอบ ศึกษา ค้นคว้า จัดทำรายชื่อแยกตามประเภท

ขั้นตอนที่ 2 จัดแบ่งเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) จัดแบ่งตามความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์ ซึ่งสามารถจัดแบ่งเป็น 8 เขตพื้นที่ คือ

1. เขตพื้นที่บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
2. เขตพื้นที่บริการธุรกิจท่องเที่ยว

3. เขตพื้นที่นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว
4. เขตพื้นที่สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ
5. เขตพื้นที่ประวัติศาสตร์
6. เขตพื้นที่หวงห้าม
7. เขตพื้นที่กิจกรรมพิเศษ
8. เขตพื้นที่กันชนหรือป้องกัน

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ เป็นการสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวให้เหมาะสม มีการปรับปรุงพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์มากขึ้น และรักษาสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเสริมในแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเพลิดเพลินเพิ่มมากขึ้น โดยจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมไม่ให้กระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประเมินขีดความสามารถรองรับ (Carrying Capacity) ในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อนำมากำหนดจำกัด ควบคุมสิ่งต่างๆ ป้องกันปัญหาความแออัด และการทำลายแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 6 การให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่เจ้าหน้าที่ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจ ในการศึกษาทำความเข้าใจในการพัฒนา เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 7 จัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรรู้ เช่น ประวัติของแหล่งท่องเที่ยว จุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ กิจกรรม บริการที่มีให้ และการปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดตั้งเป็นศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Information Center)

ขั้นตอนที่ 8 จัดหางบประมาณในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ ทั้ง คน เงิน วัสดุ มาพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ซึ่งต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจเก็บค่าเข้าชมเพื่อนำมาเป็นรายได้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ (เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. 32464 หน่วยที่ 9- 15. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

2.1.13 การสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2553))

1. ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับกายภาพ
2. ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
3. ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ
4. ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับสิ่งก่อสร้าง
5. ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับพืชพันธุ์และสัตว์

2.1.14 ข้อพึงระวังในการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

1. จะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวและรู้สึกประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว
2. จะต้องสร้างให้กับจิตใจนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยให้นักท่องเที่ยวประทับใจในภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
3. การสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่ใช่อยู่ที่จะสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้แตกต่างจากที่มีอยู่ แต่ต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงความนึกคิดในจิตใจของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่
4. จะต้องพยายามเปลี่ยนส่วนลึกของหัวใจนักท่องเที่ยวให้ตรงกับภาพลักษณ์ที่ต้องการสร้างขึ้น
5. จะต้องใกล้เคียงกับความเป็นจริง และความเป็นจริงนี้ควรอยู่ในจิตใจที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเอาไว้ก่อน

2.1.15 สาเหตุแห่งความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว มีสาเหตุที่สำคัญ 6 ด้าน คือ

1. ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว หากมีมากเกินไปเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จะเกิดปัญหาตามมาอีกหลายประการ
2. ด้านสาธารณูปโภค มีการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวไม่ทันกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว
3. ด้านกายภาพ หากมีการจัดผังที่ไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีการบุกรุก ทำลายสภาพภูมิทัศน์ มีทัศนอุจาดทางสถาปัตยกรรมที่แปลกปลอม สภาพการเข้าถึงพื้นที่ และความทรุดโทรมของอาคารสถานที่
4. ด้านสิ่งแวดล้อม ขาดระบบการจัดการและการควบคุมสิ่งก่อกำเนิดมลภาวะของแหล่งท่องเที่ยว
5. ด้านการบริหารจัดการ ยังไม่มีระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพขาดแผนงานและงบประมาณ ในการพัฒนา จัดการ และบำรุงรักษา
6. ด้านธุรกิจเอกชน การขยายตัวของธุรกิจเอกชนที่ให้บริการนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2.1.16 วิธีอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีวิธีที่สำคัญ 4 วิธี คือ

1. การสงวน (Preservation) เป็นการเก็บรักษาไว้ไม่ให้มีการใช้ประโยชน์ทางตรงที่ทำให้ต้องสูญเสียแหล่งท่องเที่ยว แต่อาจอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ทางอ้อมโดยไม่สร้างความเสียหายให้แก่แหล่งท่องเที่ยว เช่น การเข้าไปศึกษาวิจัย
2. การป้องกัน (Prevention) ป้องกันไม่ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวถูกบุกรุก ทำลาย หรือรบกวนสร้างความเสียหายทำได้ทั้งเชิงกายภาพ เช่น ล้อมรั้ว ติดป้ายเตือน หรือเชิงนามธรรมเช่น การประชาสัมพันธ์ การให้ศึกษาหาความรู้สร้างความเข้าใจ

3. การฟื้นฟู (Rehabilitation) เป็นการสร้างเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมสภาพ ให้กลับคืนสภาพดั้งเดิมหรือใกล้เคียง หากเป็นวัฒนธรรมก็ให้มีการฟื้นฟูเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้มีการสืบทอดคงอยู่ต่อไป
4. การบริหารจัดการ (Management) ดำเนินการภายใต้การวางแผนตามนโยบายการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ในเวลาเดียวกัน

2.1.17 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1. กำหนดตามคุณสมบัติ ตามลักษณะ หรือประโยชน์
2. กำหนดตามคุณภาพ
3. ตามการใช้
4. ตามผู้ใช้
5. ตามระดับชั้น
6. ตามคู่แข่งชั้น
7. ตามสัญลักษณ์



2.1.18 ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

Moscardo (2008) ได้ศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยว จากประเทศต่างๆ 90 ประเทศ ซึ่งระบุถึงผลกระทบในแง่ลบที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมสามารถแยกได้ 5 หัวข้อคือ

1. การเกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม
2. เกิดการขัดแย้ง
3. ผลกระทบทางวัฒนธรรม

4. ผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของชุมชน

5. ความคาดหวังที่ว่าการท่องเที่ยวจะนำผลประโยชน์มาสู่ชุมชนนั้นไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

2.1.19 หลักจริยธรรมที่พึงปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว (ถิรัตน์ พิมพาภรณ์, 2557) แยกเป็น 2 ประเด็น คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อลูกค้า

1. ความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 มีการดูแลธุรกิจที่ดี โดยมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโปร่งใสตรวจสอบได้

1.2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

1.3 ควรมีในการประกอบธุรกิจที่ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

1.4 ไม่ประกอบธุรกิจอันเป็นการสร้างความเสียหายให้กับสังคมและประเทศชาติ

1.5 มีกิจกรรมที่สะท้อนต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1.6 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนดำเนินการใดๆ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ

2. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

2.1 รักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างเคร่งครัด

2.2 มีความซื่อสัตย์กับลูกค้าในการให้บริการ

2.3 มีความเป็นธรรมในนโยบายการขายสินค้าหรือบริการ

2.4 สร้างนโยบายที่เป็นธรรมในการปฏิบัติงาน

2.5 พยายามหาวิธีในการลดต้นทุนการผลิตสินค้าหรือบริการโดยรักษามาตรฐานคุณภาพ

2.6 เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และไม่บิดเบือน

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2549) ให้แนวคิดเกี่ยวกับ การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ ว่าการวางกลยุทธ์การท่องเที่ยวมีอย่างต่อเนื่องหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 เนื่องจากเห็นเป็นนโยบายที่สำคัญในการกระตุ้น และขับเคลื่อน ในการสร้างรายได้ จึงมีการออกโครงการรณรงค์ต่างๆ ขึ้นมากมายได้แก่ Visit Thailand Year, Thailand the Gateway to Indochina, Amazing Thailand, Unseen Thailand, Thailand Unforgettable, and Thailand Grand Invitation จากที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่ออุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นและมีส่วนสำคัญในการช่วยขยายตลาด เช่น ระบบComputer Reservation System(CRS) on-line, E-Service: E- ticketing อีกทั้งการเกิดขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) ทำให้พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวดีขึ้นมาก โดยเฉพาะเป็นรูปแบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดและยืนยาว มีลักษณะสำคัญ

6 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า และเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน UNWTO ได้กำหนดหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก (The Global Code of Ethics for Tourism) มี 10 หลักการ

1. การท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจและความนับถือร่วมกันระหว่างคนและสังคม
2. การท่องเที่ยวเป็นหนทางที่จะบรรลุความมุ่งหมายเฉพาะบุคคลและโดยรวม
3. การท่องเที่ยวและปัจจัยของการพัฒนาที่ยั่งยืน
4. การท่องเที่ยวในบทบาทของผู้ใช้และผู้ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ
5. การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อประเทศ และชุมชนเจ้าของบ้าน
6. ภาระหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. สิทธิการท่องเที่ยว
8. เสรีภาพการท่องเที่ยว
9. สิทธิของแรงงานและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
10. การนำหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลกออกใช้งาน

Chambers (1997) เสนอว่าเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมบุคลากร นอกจากนี้มหาวิทยาลัยในประเทศ ควรจะมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการพัฒนายุทธวิธีการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้ชุมชนในพื้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และการนำไปประยุกต์ใช้ ในขณะที่หน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ควรมีความคิดริเริ่มในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ส่วนหนึ่งของปัญหา คือ รัฐบาลในหลายๆ ยุค มีความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพียงในระยะสั้น เพื่อแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจเท่านั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงอาจถูกแทนที่ด้วยการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเหมือนในประเทศที่กำลังพัฒนา แต่มีสิ่งที่น่าสนใจที่มีแนวโน้มว่าในอนาคตการท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการเพิ่มผลกำไรในภายหลังต่อจากอุตสาหกรรม

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้ให้มุมมองในการ เสนอการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้เสนอ มุมมองว่า คนส่วนใหญ่จะสนใจแต่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ แต่ละเลยการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่ง ควรที่จะคำนึงถึงร่วมกัน ทั้งเรื่องทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การจะดำเนินงานควรมี ข้อเสนอการจัดการ (Management Solution) ให้ชัดเจนว่าจะทำหรือไม่ อย่างไรซึ่งควรฟังเสียงจากประชาชนในท้องถิ่นด้วย และ ต้องศึกษาเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environment Impact Assessment) จากที่เคยทำมาก่อนแล้วด้วย (รายการสยามสาร. (2513). เสนอการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. 28/3/13)

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้ให้มุมมองในการบริหารงานการท่องเที่ยว ได้ยึดหลักอิทธิบาท 4 (ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา) ผู้ปฏิบัติงานต้องมาจากความชอบ หน่วยงานควรมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวที่ เข้ามาเพิ่มขึ้นแต่การใช้จ่ายเงินน้อยลง และแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง ซึ่งควรชักชวนเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยว คุณภาพให้มากขึ้น อยู่ยาวนานขึ้น ใช้จ่ายมากขึ้น และคำนึงในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น หลักการทำงานที่ ควรมีคือ ริเริ่ม รวดเร็ว เร่งรัด เรียนรู้ ดูเป้าหมายเป็นหลัก จะแสวงหาประสานความร่วมมืออย่างไร การเลือก คนทำงานให้เหมาะกับงาน ให้คนทำงานอย่างมีความสุข แล้วจะส่งผลถึงการส่งมอบงานที่มีเนื้อหางานที่ สมบูรณ์ให้กับองค์กร การนำระบบสารสนเทศมาใช้ ให้ความสำคัญกับการบริการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเรื่องราว ทำให้เห็นคุณค่าของคนที่เด่นในพื้นที่ ไม่ใช่แค่มาถ่ายรูป แล้วจบ การอนุรักษ์และพัฒนาไปด้วยกันได้ อย่างมองว่าเป็นคนละด้านกัน

พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 มาตราที่ 1-51 (<http://www.kodmhai.com/m8/New/N4.html>)

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร. ให้ไว้ ณ วันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เป็นปีที่ 58 ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้นเป็นองค์การมหาชนตาม

กฎหมายว่าด้วยองค์การมหาชนอาศัยอำนาจตามความใน มาตรา 221 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และ มาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติ องค์การมหาชน พ.ศ.2542 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชกฤษฎีกาขึ้นไว้ดังต่อไปนี้มาตรา 1 พระราชกฤษฎีกานี้เรียกว่า "พระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน)พ.ศ.2546"

มาตรา 2 [1]พระราชกฤษฎีกานี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชกฤษฎีกานี้

"การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" หมายความว่า การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างสมเหตุสมผล และสามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรม เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

"แหล่งท่องเที่ยว" หมายความว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

"ชุมชนท้องถิ่น" หมายความว่า กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันโดยได้ตั้งถิ่นฐานและสืบทอดวัฒนธรรมร่วมกันมาอย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และมีแบบแผนแน่นอนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง

"การบริหารการพัฒนา" หมายความว่า การกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ การดำเนินการ การประสานงาน การกำกับดูแล และการติดตามประเมินผลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

"พื้นที่พิเศษ" หมายความว่า พื้นที่ เขต หรือแหล่งท่องเที่ยวที่คณะกรรมการกำหนดและประกาศให้เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

"สำนักงานพื้นที่พิเศษ" หมายความว่า สำนักงานบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษ

"องค์การ" หมายความว่า องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

"ผู้อำนวยการ" หมายความว่า ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

"เจ้าหน้าที่" หมายความว่า เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน

"ลูกจ้าง" หมายความว่า ลูกจ้างองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน

"รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกานี้

มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชกฤษฎีกานี้

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท (2556) กล่าวถึง พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ เกาะช้าง พัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง สุโขทัย ศรีสะเกษนาราย กำแพงเพชร เลย เมืองเก่า น่าน เมืองโบราณอุททอง โดย ไทยรัฐออนไลน์ 1 พ.ย. 2556 05:45 (<http://www.thairath.co.th/content/379751>)

เพื่อช่วยกันยืดอายุแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชุมชนให้ยั่งยืนมากขึ้น พ.อ.ดร.นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้จัดเสวนาเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้แพร่หลายมากขึ้น ผอ.อพท.กล่าวว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง ที่ต้องมีแนวคิดและจิตสำนึก ตลอดจนลงมือกระทำเพื่อให้เกิดผล ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนใน 3 เรื่องที่เกี่ยวข้องกันคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การบริหารจัดการให้ทั้งสามส่วนอยู่ร่วมกันอย่างสมดุล จึงจะทำให้การท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นรายได้หลักๆ ของประเทศอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน ในส่วนของ อพท.ได้ริเริ่ม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ทำความเข้าใจถึงจิตวิญญาณของพื้นที่ ผ่านประสบการณ์และได้สัมผัสวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของชุมชนอย่างลึกซึ้ง และมีส่วนเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนไปพร้อมๆ กัน (ทีซีดีซีพื้นที่ท่องเที่ยวเมื่อน่าน โดยไทยรัฐออนไลน์ 26 พ.ค. 2557 (06:45)

<http://www.thairath.co.th/content/425173>)

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท (2555) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. เปิดเผยว่า อพท.โดยสำนักงานพื้นที่พิเศษเมื่อน่าน ได้ลงนาม

ความร่วมมือ (MOU) กับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center) หรือทีซีดีซี จัดอบรมเจ้าหน้าที่ในพื้นที่พิเศษเมืองเก่า น่าน ชุมชน สถานประกอบการและภาคที่เกี่ยวข้องของมอของค์ความรู้ด้านการวางแผน และการจัดการอันจะก่อให้เกิดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่มาจากพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน โดยเน้นความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ “ภายใต้ความร่วมมือกับทีซีดีซีนี้ ผู้เข้าร่วมรับการอบรมจะได้รับองค์ความรู้ด้านวิธีการ เทคนิค การร่วมคิดร่วมวางแผน ในรูปของการจัดทำเวิร์กช็อป ซึ่งจะนำมาซึ่งการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองเก่า น่าน และการที่ทีซีดีซีเลือกดำเนินการร่วมกับพื้นที่พิเศษเมืองเก่า น่านเป็นโครงการนำร่อง เพราะเห็นถึงความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ชัดเจนมีขนาดพื้นที่พอเหมาะ หากเห็นผลดีก็จะนำโมเดลนี้ไปปรับใช้ในพื้นที่พิเศษอื่นๆ ของ อพท.ต่อไป”.

รัฐ-เอกชนหนุนภาคีกรีนทัวร์ริซึม อพท.สบช่องอาสาเป็นด่านหน้า โดย ไทยรัฐออนไลน์ 7 ก.ย. 2555 05:30 (<http://www.thairath.co.th/content/289239>)

นาฬิกาอดีต สดงสนธิ (2557) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กล่าวในการสัมมนาเรื่อง “ความตระหนักและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวสีเขียว” ระหว่างการสัมมนาอนาคตประเทศไทยบนเส้นทางสีเขียว ซึ่งจัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ว่า 3 ภาคที่สำคัญระดับท้องถิ่นที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวสีเขียวและสร้างสรรค์ คือ ชุมชน ผู้ประกอบการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่จะต้องขับเคลื่อนไปด้วยกัน เช่น ชุมชนต้องมีบทบาทตระหนักในความสำคัญของท้องถิ่นถือเป็นฟันเฟืองชั้นใน ก่อนที่จะผลักดันออกมาสู่ผู้ประกอบการที่เป็นฟันเฟืองชั้นนอก ขณะที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็ควรจะไปมีบทบาทด้วยเช่นกัน สำหรับ อพท.เองจะเน้นประสานภาคีทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยแนวทาง “โค-ครีเอชั่น” ร่วมคิด วางแผน ปฏิบัติ รับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ โดย อพท.จะเข้าไปทำงานเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาในพื้นที่ต่างๆ ในลักษณะ “คอนดักเตอร์” สู่การท่องเที่ยวสีเขียวหรือท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น แก้ไขปัญหาการใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือย ช่วยวางแผนการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และช่วยสร้างแบรนด์ชุมชนในพื้นที่พิเศษในความรับผิดชอบ 7 แห่ง เช่นที่สุโขทัย “ฮิสตอริคอล ทาวน์” หมู่เกาะช้าง เป็นโลว์คาร์บอน เดสติเนชั่น เป็นต้น และ อักกพล พลฤกษ์วัน ที่ปรึกษาระดับ 11 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า ที่ผ่านมา ททท.มีการมอบรางวัลให้ 62

ชุมชน ได้รับการคัดเลือกเป็นชุมชนดีเด่นจาก ททท. และ ททท.เองมีโครงการให้ความรู้ทั้งชุมชนและผู้ประกอบการ หรือเทรนนิ่ง เดอะเทรนเนอร์ และมีพื้นที่นำร่องการจัดการด้านสีเขียวใน 4 พื้นที่ คือ เชียงคาน น่าน ปาย สมุย เพื่อเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวสีเขียวด้วย (<http://www.dasta.or.th/>)



ตารางที่ 2.1 หลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

	แรงจูงใจ	ความเกี่ยวข้อง กับพื้นที่	ผลกระทบ เชิงลบ
หวังผลกำไร	การขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ไม่ตระหนักถึงหรือไม่ใส่ใจในผลกระทบ)	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">น้อย</div> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; height: 100px; margin: 0 auto;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">มาก</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">มาก</div> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; height: 100px; margin: 0 auto;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">น้อย</div> </div> </div>	
	การรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวและการตลาด (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ตระหนักถึงผลกระทบ และพยายามใส่ใจที่จะดูแลในคงเดิม)		
	การช่วยเหลือในพื้นที่และจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ (ผลกำไร ขายความความเป็นธรรมชาติ ดูแลในคงเดิม บริจาค ประกอบกิจกรรมร่วมกันโดยไม่หวังผลกำไร)		
ไม่หวังผลกำไร	การบริการการท่องเที่ยว (การบริการสมาชิก แหล่งของเงินทุน)		
	การอนุรักษ์และรักษา (การอนุรักษ์ การศึกษา มูลนิธิ)		
	การใช้วิทยาศาสตร์และการวิจัย (การศึกษาและการวิจัย)		

ที่มา: หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (<http://kanchanapisek.or.th/kp6/book27/chapter3>)

2.2.1 หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุซาวตี พูลพิพัฒน์, 2545)

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอติ (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคมและวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
6. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว
7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและรวมแก้ปัญหา
8. เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
9. ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง
10. การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

2.2.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Murphy (1985) ได้มีการเขียนและตีพิมพ์หนังสือเรื่อง Tourism: A Community

Approach ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นที่สำคัญของแนวคิดเรื่องความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางปฏิบัติที่กล่าวถึงกันมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เรื่องของประโยชน์ที่จะกระจายสู่ชุมชนอย่างแท้จริง เน้นในเรื่องการเข้ามามีส่วนร่วมและมีส่วนในการตัดสินใจ กระบวนการนี้มีความสำคัญที่จะต้องมีการขับเคลื่อนอยู่อย่างสม่ำเสมอ และจะทำให้การเติบโตหรือการเปลี่ยนแปลงที่การท่องเที่ยวจะนำมาสู่ชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางที่ดีชุมชนเองก็พอใจ เรื่องนี้ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน เป็นแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวมิใช่แค่มุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาย เพื่อเป้าหมายการ

ขยายตลาดอย่างรวดเร็วเท่านั้น แต่หากการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและอยู่ได้อย่างยั่งยืน จะก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงควรสนใจเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างสมดุลให้เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะต้องมีแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่ในทุกระดับ ทั้งในส่วนของกายภาพและส่วนที่เป็นนามธรรมด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การรักษาและเสริมสร้างให้ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมอยู่ในสภาพที่ดี คงความสวยงาม คงคุณค่าแก่ท้องถิ่นตลอดไป อันจะก่อประโยชน์ให้เกิดประโยชน์แก่คนหมู่มากในระยะยาวทั้งนี้จำเป็นต้องมีนโยบายกำหนดไว้ และนำสู่แนวทางการปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง คือ

1. รักษาสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด
2. รักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สาธารณะให้ถูกสุขลักษณะ
3. ช่วยกันส่งเสริมรักษาและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์
4. ขโมย ไม่ทำลาย รื้อถอน บุกรุก เขตพื้นที่โบราณสถานหรือพื้นที่ของราชการ
5. ปรับปรุง ส่งเสริมสิ่งสาธารณูปโภคในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม

การบริหารจัดการธุรกิจที่พักรวมจะสำเร็จได้จำเป็นต้องคำนึงถึงตัวแปรสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ฤดูกาล (Seasonality) บางช่วงเวลามีคนมาบริการมาก บางช่วงเวลามาใช้บริการน้อย อิทธิพลจากตัวแปรนี้จะเห็น

2. การวางแผนกำลังคน (Manpower Planning) ธุรกิจที่พักรวมเป็นธุรกิจที่ใช้กำลังคนมาก ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลกระทบจากตัวแปรเรื่องฤดูกาลท่องเที่ยว ต้องเตรียมแผนการจ้างงานชั่วคราวไม่ใช่จ้างประจำทั้งหมด
3. เสียหายได้ง่าย (Perishability) ห้องพักรวมที่ให้บริการจะมีค่าใช้จ่ายทุกวันแม้ไม่มีผู้เข้าพัก ดังนั้นค่าสูญเสียนั้นเป็นค่าใช้จ่ายที่เจ้าของธุรกิจต้องรับภาระทุกวัน

มาตรฐานโรงแรมเป็นระบบที่ประกันคุณภาพเพื่อสร้างความพึงใจระหว่างลูกค้ากับโรงแรมที่

พัก ในระดับความที่นักท่องเที่ยวต้องการตามราคาที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง การบริการจะเป็นไปตามราคาที่ลูกค้าได้จ่ายค่าที่พักตามระดับดาวของโรงแรมที่ปรากฏ และในขณะเดียวกันลูกค้าจะไม่สามารถเรียกร้องการบริการที่เกินกว่าระดับมาตรฐานโรงแรมที่ตนจ่ายเงินซื้อ เพื่อให้การจัดมาตรฐานโรงแรมมีการนำไปใช้ให้ทั่วถึง สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. ออกเป็นกฎหมายบังคับ คือ เมื่อโรงแรมจะเปิดกิจการจะต้องให้ทางราชการตรวจรับมาตรฐานและขอขึ้นทะเบียนดำเนินกิจการ ซึ่งจะทำการจัดมาตรฐานเป็นไปได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ส่วนมากประเทศที่ใช้วิธีการนี้ คือ จีน เวียดนาม ยุโรป
2. ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบกิจการโรงแรม

ซึ่งในแต่ละระดับมาตรฐานมีเกณฑ์พิจารณาอยู่ 3 ด้าน

1. มาตรฐานการก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก
2. มาตรฐานการบำรุงรักษา
3. มาตรฐานคุณภาพการบริการ

2.2.3 การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) การขยายตัวของการท่องเที่ยวมีผลทำให้เกิดการขยายตัวในการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน เช่น การลงทุนธุรกิจที่พัก ของที่ระลึก นำเที่ยว มัคคุเทศน์

โดยมีแนวคิดร่วมของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวทุกประเภทในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 16 ประการ คือ

ประการที่ 1 จะต้องมิจิตสำนึก ศึกษาให้เข้าใจถึงผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้แก่พนักงาน

ประการที่ 2 จะต้องไม่เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ที่จะทำให้เกิดการพังทลายของดินและน้ำเปลี่ยนทิศทาง

ประการที่ 3 ต้องไม่ปิดกั้นหรือลู่กล้าพื้นที่สาธารณะ

ประการที่ 4 การออกแบบอาคารสถานที่ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติและบรรยากาศโดยรอบ

ประการที่ 5 ต้องไม่ประดับอาคารสถานที่ด้วยชิ้นส่วนสัตว์ป่าหรือสัตว์ทะเล

ประการที่ 6 ต้องไม่ใช้วัตถุโบราณหรือวัตถุมงคลมาตกแต่งสถานที่

ประการที่ 7 ไม่นำสัตว์ป่าหรือสัตว์ทะเลมาเลี้ยงเพื่อดึงดูดการบริการ

ประการที่ 8 ต้องลดขยะและลดมลพิษลง

ประการที่ 9 ต้องหารทางนำขยะมาใช้ใหม่

ประการที่ 10 ต้องไม่ใช้สารที่เป็นตัวทำลายชั้นบรรยากาศและน้ำ

ประการที่ 11 ต้องหาวิธีประหยัดน้ำและไฟ

ประการที่ 12 ต้องให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม

ประการที่ 13 ต้องให้ความเคารพต่อประชาชนและสภาพแวดล้อม

ประการที่ 14 ต้องจัดโครงการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม

ประการที่ 15 ต้องพยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ประการที่ 16 ต้องติดตามผลกระทบจากผลประกอบการธุรกิจของตนต่อสิ่งแวดล้อมเสมอ

2.2.4 ปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มี 7 ปัจจัย คือ

1. นวัตกรรม
2. เทคโนโลยี
3. กฎ กฏหมาย
4. การเลือกคนดีมีความรู้ความสามารถมาร่วมงาน
5. พัฒนาระบบการผลิตและการทำงานให้ยั่งยืน
6. วางแผนสืบทอดกิจการ
7. ขยายกิจการไปในต่างประเทศ

2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

Crispin Raymond and Greg Richards, (2000) ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่า เป็นการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การเรียนรู้ ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว

Richards and Raymond (2000:18) ได้ให้นิยาม "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ " (Definition of 'Creative Tourism') ว่า เป็นการให้โอกาสนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้พัฒนาการสร้างสรรค์ศักยภาพ ได้ตระหนักถึงถึงการปฏิบัติที่มีปฏิสัมพันธ์กันในท้องถิ่นนั้นๆ และได้เรียนรู้จากประสบการณ์ซึ่งเป็นลักษณะของเป้าหมายในวันหยุดพักผ่อนในที่ที่เขาเข้ามา

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) (Santa Fe International Conference on Creative Tourism, 2008) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์ อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) (นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท, 2556) ให้แนวคิดไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

David Weaver and Laura Lawton (2006) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าการท่องเที่ยวคล้ายกับขบวนการ มีการปฏิบัติ ซึ่งจะมีผลตามมาเกิดขึ้นจาก การปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว รัฐบาล ชุมชน สถานศึกษา และองค์กรต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ในกระบวนการของผลกระทบจากการเดินทาง ที่พัก การจัดการ และผู้มาเยือน ผู้เกี่ยวข้องในระบบการท่องเที่ยว อาทิ ชุมชนท้องถิ่น รัฐบาล องค์กรการท่องเที่ยว NGOs สถาบันทางการศึกษา จะต้องมีส่วนร่วมเป็นลักษณะการศึกษาแบบเครือข่าย ทั้งเรื่องภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ กฎหมาย นิเวศวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยา การจัดการธุรกิจ มานุษยวิทยา การตลาด เกษตรกรรม การเมือง และเศรษฐศาสตร์ การชี้วัดของการพัฒนา หลายสถาบันทางการท่องเที่ยว ยังคงยึดพื้นฐานที่ค่านิยม คล้ายกับการดูว่า ภูมิประเทศและเศรษฐกิจ แต่การเพิ่มขึ้นของการจัดแบ่งสรรส่งเสริมตามสัดส่วนของท้องถิ่น เชื่อมโยงและขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ นี่คือผลสรุปสุดท้ายของการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นผลกระทบบนพื้นที่ที่เห็นได้อย่างชัดเจน และก่อให้เกิดผลของการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างเป็นทางการ และสืบเนื่องไปยังโครงสร้างอื่นๆ คล้ายกับเป็นการบันทึกได้ว่านี่คือกระบวนการที่สำคัญของบทบาทในการสร้างสรรค์ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางโดยผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวถึงความจำเป็นที่จะไปให้ถึงความก้าวหน้าโดยมีการยึดเป็นระเบียบวินัยพัฒนาต่อเรื่องดังกล่าว

2.3.1 จุดเริ่มต้นของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (The Origin of ‘Creative Tourism’)

(<http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรก ๆ ที่ให้ความสนใจกับการพักผ่อน หย่อนใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการณ์จริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ-ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place)

ต่อมาในปี พ.ศ.2544 (ค.ศ.2001) องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) มีความตกลงว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration of Cultural Diversity) เพื่อยอมรับให้มีการกำหนดมาตรฐานนานาชาติเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพิทักษ์รักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสนทนาระหว่างวัฒนธรรม โดยในปีต่อมา UNESCO ได้ริเริ่มโครงการพันธมิตรระดับโลกเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Global Alliance for Cultural Diversity) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นจริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ปี พ.ศ.2547 (ค.ศ.2004) เพื่อดำเนินการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลก UNESCO จึงเสนอโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของการร่วมมือในระดับนานาชาติ ในภาคประชาชน เอกชน สาธารณะและประชาคม

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก มีทั้งหมด 7 กลุ่ม เมืองหนึ่งเมืองใดที่จะเข้าร่วมเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ภายใต้การประกาศรับรองโดยยูเนสโกจะต้องเลือกเสนอตนเองได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้นจากกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ 1) วรรณกรรม (Literature) 2) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art) 3) งานออกแบบ (Design) 4) ดนตรี (Music) 5) อาหาร (Gastronomy) 6) ภาพยนตร์ (Cinema) 7) สื่อศิลปะ (Media Arts)

ในโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO นอกจากจะมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาในระดับนานาชาติและเพื่อตั้งหลักตอบรับกับผลกระทบในระดับโลกโดยความพยายามที่จะเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ เข้าด้วยกันแล้ว ยังได้กล่าวถึงความเป็นไปได้ในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้น ๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้และเป็นนามธรรม (Tangible and Intangible Cultural) โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแนวใหม่ของ UNESCO จึงเน้นถึงความผูกพัน (Engaged) ความจริงแท้ผ่านประสบการณ์ (Authentic Experience) ซึ่งเป็นการส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (active understanding of the specific cultural features of a place)

2.3.2 คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Properties of Creative Tourism)

นาฟีกอติ๊ก แสงสนิท (2556) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)" ว่าหมายถึง "การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น" โดยให้หลักการของคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

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

2.3.3 หลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Principle of Creative Tourism)

1. เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร เป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Originality) มีความแท้ดั้งเดิม (Authenticity)
2. มีจินตนาการ (Imagination) จรรโลงใจ (Inspiration)
3. มีองค์ความรู้ (Knowledge) มีศิลปะ (Art) และมีกลิ่นไอท้องถิ่น
4. เกิดจากการฉลาดคิด (Ingenuity) กลายเป็นประดิษฐกรรม (Inventiveness)
5. เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Assets)

2.3.4 ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)
2. ศิลปะ (Arts)
3. วิถีชีวิต (Lifestyles)
4. สื่อ (Media)
5. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Functional Creation)

2.3.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว มี 2 ประการ คือ

1. สภาพเอื้อต่อการท่องเที่ยว เป็นเงื่อนไขที่จะทำให้ผู้คนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ เวลา และรายได้
2. แรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ที่สำคัญ คือการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่างๆ

ภุริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้ให้มุมมองเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย จาก วารสารม.ศิลปากร ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 ก.ค.- ธ.ค. 2556

ในสังคมโลกปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวที่หลายประเทศทั่วโลกให้การยอมรับและกำหนดให้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของตน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขหลักดันจากสองปัจจัยพื้นฐานสำคัญ ได้แก่ 1) กระแสโลกาภิวัตน์ ผนวกกับพลังความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมิติความแปลกใหม่ที่สามารถึงดุดนักท่องเที่ยว และ 2) การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงสังคมวิทยา บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีใจความสำคัญอยู่ที่การอธิบายนิยามความหมาย ขอบเขต คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว แก่นแท้ และองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ บทความนี้ได้เน้นการวิเคราะห์เชิงลึกของสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันและความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวใหม่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้เขียนได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับบริบท

การท่องเที่ยวไทยอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการพัฒนา 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม 2) การสร้างความโดดเด่นและความแตกต่าง

3) การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึก 4) การเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ 5) การปรับเปลี่ยนกลวิธีในการพัฒนาตลาด

(<http://www.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/issue/view/1979>)

2.4 แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

Oakley (1984) ได้กล่าวว่า แนวทางจากระดับล่างเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดหาย (Missing ingredient) กระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน

Cohen and Uphoff (1981) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าสมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

- (1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำ อะไรและทำอย่างไร
- (2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนารวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ
- (3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
- (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

โดยสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามี

อิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินงานกิจกรรมในการพัฒนารวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนนับอย่างเสมอภาค

Tosun & Timothy (2003) ได้เสนอเหตุผล 7 ประการ ที่ควรให้ชุมชนมามีส่วนร่วมในการ

จัดการการท่องเที่ยว คือ

1. เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการวางแผน และตั้งกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว
2. นำสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในหลายๆ ทาง
3. ทำให้เพิ่มพูนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
4. ช่วยให้นักวางแผนทางการท่องเที่ยวตัดสินใจหรือวางแผนทางการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น
5. ทำให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น
6. ช่วยให้ความต้องการของชุมชนสำเร็จได้
7. ทำให้เกิดกระบวนการทางประชาธิปไตยอย่างแท้จริงในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้มีการออกหนังสือเกี่ยวกับสิทธิที่ชุมชนพึงมีต่อ

การมีส่วนร่วมหรือมีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวที่เกิดในชุมชน (Host communities ; Global code of ethics for tourism) อย่างเป็นทางการลักษณะอักษรและเป็นที่ยอมรับกันในระดับนานาชาติ โดยสรุปได้ว่า

- ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และรับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม
- การท่องเที่ยวต้องช่วยยกระดับของมาตรฐานชีวิตชุมชน และสนองต่อความต้องการในการวางแผนด้านการท่องเที่ยว
- หากเกิดปัญหาขึ้นชุมชนต้องได้รับความเอาใจใส่ และยุติธรรม
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว นักลงทุน และรัฐบาลควรใส่ใจผลกระทบ ต่อชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (WTO, [http:// www.world-tourism.org/](http://www.world-tourism.org/))

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2550) ได้กล่าวไว้ในการสัมมนาระดับชาติเรื่อง ป่าชุมชน: กระบวนการเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมของสังคม ในวันที่ 9-10 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่า ปัจจัยและเงื่อนไขที่สำคัญที่จะเปิดโอกาสให้คนในสังคมมาเกี่ยวพันกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้ประชาธิปไตยในภาคปฏิบัติร่วมกัน โดยจะต้องมีการพิจารณาความสัมพันธ์นั้นอย่างต่อเนื่อง และเมื่อเกิดการมีส่วนร่วมแล้ว จะต้องมีการขยายการมีส่วนร่วมไปสู่กลุ่มคนต่างๆ ในสังคมที่กว้างขึ้น ซึ่งปัจจุบันสังคมเป็นสังคมที่ซับซ้อนมากขึ้น การขยายการมีส่วนร่วมนี้จึงต้องทำอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันที่เป็นยุคโลกไร้พรมแดน การเข้ามาของค่านิยมและวัฒนธรรมจากภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การจัดการทรัพยากรร่วมกันยากขึ้น การที่จะสามารถดำเนินชีวิต และร่วมกันจัดการทรัพยากรได้อย่างมั่นคงในสถานการณ์เช่นนี้ แนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” จะเป็นทางออกหนึ่งในการจัดการทรัพยากรร่วมกันโดยมีแนวทางหลัก 3 แนวทาง คือ

1. พัฒนาการเรียนรู้และการจัดการความรู้ร่วมกันและขยายวงกว้างสู่สังคมกลุ่มต่างๆ
2. พัฒนาเครือข่ายโดยเป็นการขับเคลื่อนเครือข่ายอย่างเป็นกระบวนการ เป็นระบบกว้างขวางมากขึ้นและมีคุณภาพสูงขึ้น
3. การพัฒนานโยบายสนับสนุนที่เหมาะสม สอดคล้องในระดับต่างๆ ทั้งในท้องถิ่น จังหวัด ภูมิภาค และระดับชาติ

สมศักดิ์ สุขวงศ์ และสมหญิง สุนทรวงษ์ (2551). ได้กล่าวเกี่ยวกับป่าชุมชน: กระบวนการเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมของสังคมไทย ที่กรุงเทพฯ ณ ศูนย์ฝึกอบรมวนศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่า ภาคธุรกิจต้องมีการดำเนินธุรกิจในการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายเพื่อให้คนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยใช้หลักการ CSR เป็นแนวทางขององค์กรและขยายเครือข่าย ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้ที่จะพึ่งตนเองและทำให้สิ่งแวดล้อมยั่งยืนด้วยหลักการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยต้องมีการพัฒนาภาคเชื่อมโยงระบบ การสนับสนุนจากภาคเอกชนให้สามารถสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และองค์กรเครือข่ายต่างๆ ที่ทำงานด้านการจัดการทรัพยากรได้อย่างเป็นรูปธรรมและขยายวงกว้างขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดการทรัพยากรร่วมกันขยายวงกว้างในระดับประเทศต่อไป

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544). คำศัพท์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.)

2.4.1 การพัฒนาสู่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (สุดารัตน์ แสงจำนงค์. (2558))

โดยมีพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สำเร็จก็คือ ต้องมี 5 A's ก่อนในเบื้องต้น คือ

1. Attitude คือ ทศนคติของคนในชุมชน
2. Access คือ การเข้าถึง
3. Accommodation คือ สถานที่พัก
4. Attractions คือ สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยว
5. Advertising คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.4.2 การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว (วิมล จิโรจพันธ์, 2548) มีหลักการหลายประการ ดังนี้

1. แสดงความเป็นมิตร
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร

3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร
7. สื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว
8. ไม่เข้าซื้อ ครอบงำหรือความรำคาญเพื่อขายของ
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว

ซึ่งหลักการต่างๆ ดังกล่าวนี้อาจส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เชิงสร้างสรรค์ และส่งผลถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ต่อไป

2.4.3 ผู้ที่อยู่ในชุมชนท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวชุมชน พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจด์ (2553) มีแนวคิดว่า

การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะดำเนินการพัฒนา หรือจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ด้วยการทำให้การท่องเที่ยวนั้นเข้มแข็งเนื่องจากเกิดเครือข่าย และร่วมคิด ไม่ว่าจะเกิดผลกระทบในลักษณะใดในระหว่างดำเนินงาน คนในชุมชนก็จะร่วมกันคิด และแก้ไขปัญหา ร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ ในแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวชุมชนถือเป็นเครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จไม่ได้หากขาดการร่วมพัฒนาจากชุมชน อย่างจริงจังของผู้ซึ่งสามารถสื่อสารวัฒนธรรมของตนให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างจริงจัง และสม่ำเสมอ ซึ่งจะทำให้การเติบโตหรือการเปลี่ยนแปลงที่การท่องเที่ยวจะนำมาสู่ชุมชนดำเนินไปในทิศทางที่ดี ที่ชุมชนเองก็พอใจ

2.5 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมศักดิ์ สุขวงศ์ (2540) ในขณะนั้นดำรงตำแหน่งคณบดีคณะวนศาสตร์ ได้กล่าวในหัวข้อสัมมนา “สองทศวรรษแห่งการพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดการป่าอย่างมีส่วนร่วมในสังคมไทย” มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญมหาวิทยาลัยเยล ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกในอเมริกาที่ทำเรื่องการป่าไม้เพื่อสังคม (Social Forest) มาร่วมร่างหลักสูตรวนศาสตร์ชุมชนเป็นที่แรกแห่งเอเชีย ในปี พ.ศ. 2529 โดยมีแนวคิดดังนี้ คือ ปัจจุบัน ได้มีความพยายามสร้างการดูแลจัดการป่าแบบ Active ไม่ใช่แบบ Passive อย่างที่เคยเป็น โดยมีต้นแบบที่ไม่เน้นป่าชุมชนรูปแบบเดียว แต่จะขยายผลสู่ระดับ Landscape และคำนึงถึงสิ่งมีชีวิตอื่นๆ มากขึ้น เช่น ปลา สัตว์ต่างๆ และคำนึงถึงสภาพแวดล้อมในระดับโลกมากขึ้น ภาคธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการสนับสนุนการจัดการและติดตามทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมหลักการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

วิเชียร เกษภูพานต์ (2556) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และระดับไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข คำว่ากิจกรรมในที่นี้หมายถึง การคิด การพูด และการกระทำที่ควบคุมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่

องค์กรประกอบภายในองค์กร : ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และพนักงาน

สังคมในระดับใกล้ : ลูกค้าคู่ค้า ครอบครัวยุติธรรม ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่สิ่งแวดล้อมรอบข้าง

สังคมในระดับไกล : ประชาชนทั่วไป คู่แข่งทางธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีทางธุรกิจในอดีตที่ได้รับการปลุกฝังและถ่ายทอดสู่องค์กรใหญ่ โดยมุ่งหวังการพัฒนาให้เป็นองค์กรที่ “เก่ง” เพียงอย่างเดียว ได้แก่ การใช้ทฤษฎี SWOT, Boston Matrix, Five Forces และ Diamond Model สำหรับสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่แนวคิด CSR จะมุ่งเน้นที่การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่ “ดี” คือ ดำเนินกิจกรรมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ด้วยถือเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ไม่เกิดผลกระทบทางลบกับภาคส่วนใด และได้รับผลประโยชน์ร่วมกันในทุกภาคส่วนของสังคม

ความแตกต่างของ CSR เทียม และ CSR แท้ สามารถพิจารณาได้จาก

1. ประโยชน์ของกิจกรรมที่ได้รับว่าตกกับสังคมหรือองค์กรมากกว่ากัน
2. CSR แท้ ต้องเกิดจากการอาสาหรือสมัครใจยินดี
3. CSR แท้ ต้องนำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข

การประยุกต์ใช้ CSR ในบุคคลและองค์กร

คน: ต้องมีคุณภาพ จริยธรรม เพื่อเป็นคนดีของสังคม

องค์กร: ต้องดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

รัฐบาล: ต้องบริหารประเทศบนพื้นฐานเพื่อความเจริญรุ่งเรืองและสงบสุขของประเทศโดยยึดประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก

ประโยชน์ของ CSR มี 2 รูปแบบ คือ

1. ประโยชน์เชิงรูปธรรม: สร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ลดรายจ่ายของกิจกรรม สามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับองค์กร
2. ประโยชน์เชิงนามธรรม: เสริมภาพลักษณ์องค์กรให้ดีขึ้น ดึงกองทุนต่างๆ เข้ามาร่วมลงทุนมากขึ้น การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). ให้แนวคิดการพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ คือ

การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการปลูกฝังจิตสำนึกให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ช่วยกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงความสวยงาม และมีคุณค่าแก่ท้องถิ่น และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ดั้งเดิม พร้อมทั้งปรับปรุงเสริมสร้าง พัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งจะส่งผลถึงประเทศ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) มาใช้อย่างเป็นทางการ ใน พ.ศ. 2541 ซึ่งเป็นคำที่เกิดขึ้นใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ นอกจากนี้ยังมีคำอื่นเช่น การท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism)



2.5.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme - UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การ การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้คำนิยามว่า "การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้าน การศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติ ความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็สร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจ ที่จะทำ ให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากร ในท้องถิ่น" (สุมาลี เทพสุวรรณ, 2544: 39)

ดร. ราล์ฟ บักลีย์ (Dr. Ralph Buckley) ศาสตราจารย์ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยกรีฟฟิท ประเทศออสเตรเลีย ให้คำนิยามสั้นๆ ว่า "การท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผลทางธรรมชาติ การจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทาง การศึกษา ซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์" (Buckley, Ralph 1995: 3)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้คำนิยามว่า "การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดย มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และ ชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ" (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539: 10)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่าย ร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ราฟ บุกเลย์ (Raff Buckley, 1992) อ้างใน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) นิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า คือการท่องเที่ยวที่ถูกจัดการดูแลอย่างยั่งยืน อยู่บนพื้นฐานของ ธรรมชาติ มีการศึกษาด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม และ/หรือ สิ่งแวดล้อมเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และสร้าง ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

สาระดีดี.คอม (2557) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวใน ปัจจุบันที่นานาชาติให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลัก ปฏิญญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดย

ให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว (บทความโดย: สารคดี.คอม /WWW.SARA-DD.COM)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557: 188-192) คือ

เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2.5.2 สาธารณูปการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศุนย์วิจัยป่าไม้ (2538) ได้สรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเป็นหลัก และอาจรวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ด้วย
2. ควรเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ และการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยตรง อีกทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. มุ่งเน้นคุณค่าลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นที่การเสริมแต่ง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

จากที่กล่าวมาข้างต้น ได้สะท้อนภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้อย่างชัดเจน ว่าเป็นการท่องเที่ยวและการพัฒนาไปพร้อมๆกัน โดยเฉพาะการพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวให้มีความตระหนักรู้ในการรักษาสิ่งแวดล้อม

2.5.3 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษ ภาวะ และควบคุมอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

จากองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าว จะเห็นว่าองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมนั้นจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อไฝหาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้อทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวที่อาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ

ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว

ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ

ประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

2.5.4 แนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีหลักการ 10 ประการ ดังนี้

1. อาศัยความร่วมมือจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างมีเอกภาพและประสิทธิภาพ
2. มีมาตรการคัดเลือกนักท่องเที่ยว โดยสนับสนุนนักท่องเที่ยวที่สนใจธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม
3. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีบทบาท โดยเป็นผู้กำหนดวิธีการปฏิบัติและตรวจสอบดูแลการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือยเกินไป
4. ภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการทั้งหมดให้มีมาตรฐานเดียวกัน
5. ต้องส่งเสริมกิจกรรมพิทักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว
6. มีการเผยแพร่ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมทั้งวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

7. มีการพัฒนาบุคลากรร่วมกับสถาบันศึกษา
8. ภาครัฐมีบทบาทในการจัดการกำหนดกลยุทธ์และแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้เป็นหน่วยหลักในการพิทักษ์ธรรมชาติ ปกป้อง รักษาระบบนิเวศ ศึกษา และกำหนดขีดจำกัดความสามารถรองรับการพัฒนา ระบบสาธารณสุข
9. มีการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่โดยภาครัฐ และต้องทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่
10. ภาครัฐและเอกชนร่วมกำหนดมาตรฐานต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557: 188-192)



2.5.5 หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2557) ได้เสนอมุมมองในเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใดก็ตามที่เริ่มได้รับความนิยมจากคนหมู่มาก (Mass Tourism) และเริ่มนำมาซึ่ง ความเสี่ยงรูปแบบต่าง ๆ ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวลักษณะนี้กำลังไหลบ่าเข้าไปในพื้นที่ทั่วโลกในช่วงทศวรรษ ที่ผ่านมา กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบข้างต้นก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบกล่าวคือส่งผลให้เกิดการเสื่อมโทรม หรือเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของผู้คนในพื้นที่หรือการ เสื่อมโทรมทางสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ที่ถูกท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นหนึ่งในทางออกให้การท่องเที่ยวรูปแบบดั้งเดิมข้างต้นซึ่งขาดการพิจารณาถึง บริบทเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้ คือ การลดผลกระทบเชิงลบ ที่เกิดจากทางการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว โดยให้ ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ โดยมีหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่

1. เรียนรู้เพิ่มเติม – ห้ามคุกคามผู้มีความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ
2. จับจ่ายใช้สอยกับชุมชนท้องถิ่น
3. เรียนรู้และสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง
4. เดินตามเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ(เท่านั้น) – เพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวไม่เดินหลุดออกไป เหยียบย่ำทำลายพันธุ์พืชหายากและรบกวนสัตว์ป่า
5. ประหยัดพลังงาน – ปิดไฟ แอร์ปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นหรือเมื่อออกจากห้องพัก อ่างน้ำน้อยลง และปิดน้ำทุกครั้งขณะแปรงฟัน
6. เก็บไว้เพียงแต่ความทรงจำและทิ้งไว้เพียงแค่อรอยเท้า – หากเอาธรรมชาติกลับไปเป็นของฝาก แล้วทิ้ง ขยะไว้ ก็ยิ่งเลวร้ายยิ่งกว่า หากเอาสิ่งที่มันเป็นของธรรมชาติแต่กลับหยิบยื่นสิ่งที่ไม่ใช่ธรรมชาติไม่ ต้องการและไม่สามารถรองรับได้
7. ประยุกต์ความเป็นธรรมชาติมาใช้กับบ้านของเรา – ประยุกต์เอากฎเกณฑ์ที่เหมาะสมมาใช้กับที่บ้าน เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติให้มาก และช่วยเหลือในกิจกรรมที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ในฝันป่าตะวันตก (<http://www.westernforest.org/>)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2556) เป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ เกิดผลกระทบในทางลบน้อยที่สุด แนวคิดนี้ได้รับความสนใจจากประเทศต่าง ๆ นับตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๐ เป็นต้น

มา โดยได้รับความสนับสนุนจากองค์การสหประชาชาติ และองค์การการท่องเที่ยวโลก ประเทศไทยก็ได้รับเอาแนวคิดนี้มาศึกษา และดำเนินการจนปรากฏผลเป็นรูปธรรมมากพอสมควร

จากการศึกษาถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในระยะเวลาที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มีทั้งผลกระทบในทางบวก และผลกระทบในทางลบ

ผลกระทบในทางบวก คือ ทำให้เกิดรายได้จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกเหนือไปจากการส่งสินค้าออก นอกจากนี้ เงินที่นักท่องเที่ยวนำไปจับจ่ายใช้สอยย่อมกระจายไปสู่ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น นอก จากผลดีทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังก่อให้เกิดผลดีทางด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยมีการ แลกเปลี่ยนและเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น

ผลกระทบในทางลบ คือ อาจทำให้สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม

จากการไม่ระมัดระวังของนักท่องเที่ยว หรือจากการขาดการวางแผนที่ดี ของหน่วยงานในท้องถิ่นในด้านการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเปลืองในระยะเวลาสั้นๆ นอกจากนี้ ชุมชนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว ตั้งอยู่ อาจไม่ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเท่าที่ควร เนื่องจากไม่ได้รับโอกาสเข้าร่วมในการจัดการและการให้บริการ ผลประโยชน์ ส่วนใหญ่ไปตกอยู่กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีเงินทุนมากและอยู่นอกแหล่งชุมชนนั้นๆ ส่วนชุมชนในท้องถิ่นกลับ ต้องประสบกับปัญหาต่างๆที่นักท่องเที่ยว นำเข้ามา เช่น ปัญหาการส่งเสียงดังรบกวนของนักท่องเที่ยว ปัญหาการจราจรติดขัด และปัญหาค่าครองชีพในท้องถิ่นสูงขึ้น

เพื่อลดผลกระทบในทางลบให้น้อยลง ได้เสนอให้มีทางเลือกใหม่ในการพัฒนาการ

ท่องเที่ยว โดยอาศัยหลักการที่สำคัญ ๒ ประการ คือ ประการแรก ต้องเป็นการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ ประการที่ ๒ ต้องเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากหลักการ ทั้ง ๒ ประการนี้จึงเป็นที่มาของการท่องเที่ยว ในรูปแบบใหม่ นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (<http://guru.sanook.com/1202/>)

2.5.6 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(2557) ได้เสนอกกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควบคู่ไปกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เป็นแนวทาง ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำไปพิจารณาดำเนินการด้วยเช่นกัน โดยแบ่ง กลยุทธ์ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ การสงวนรักษา ฟื้นฟู ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้ เพื่อสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุด หรือตลอดไป ทรัพยากรการท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย โดยป้องกัน และลดสาเหตุ ที่อาจทำให้เกิดปัญหามลพิษ

เจ้าของพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันต่างๆ ในสังคม องค์กรประชาชน และประชาชนในท้องถิ่น ต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์ รักษาสภาพ ไม่ทำลาย หรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

2. กลยุทธ์ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว มีวิธีการที่สำคัญ คือ มีความเข้มงวดในการรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติ และทางสังคม โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการการท่องเที่ยว นั้น จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม และมีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เส้นทางคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ การบริการที่พัก การบริการอาหาร และเครื่องดื่ม

3. กลยุทธ์ด้านการศึกษาและสื่อความหมายธรรมชาติ ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ เป็นสื่อกลางทางการศึกษา และการเรียนรู้ด้านระบบนิเวศของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีการให้ข้อมูลก่อนการท่องเที่ยว การศึกษาระหว่างการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้การศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังด้วยให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง และได้มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การสื่อความหมายธรรมชาติ การฝึกอบรม การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง กรณีศึกษา การเล่นเกม บทบาทสมมติ การอภิปราย

4. กลยุทธ์ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ ให้ความสำคัญแก่ประชาชนในท้องถิ่น ในด้านที่จะมีบทบาทในการกำกับดูแล และควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรี ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาตนเองเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ร่วมพัฒนาจุดขายต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้านักวัฒนธรรม ศิลปะและประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

5. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว ด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ จัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นทรัพยากรที่มีความอ่อนไหว อาจได้รับผลกระทบได้ง่าย หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป มุ่งส่งเสริมให้พัฒนาเป็นตลาดที่มีคุณภาพ ไม่ใช่พยายามเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียวให้มีการจัดบริการนำเที่ยว และมีคัคเทศก์ โดยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการลงทุน มีวิธีการที่สำคัญ คือ รัฐบาลกลาง และหน่วยงานของรัฐ จะต้องมีส่วนสนับสนุนอย่างแข็งขัน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โครงการสารานุกรมไทยฯ (<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail05.html>)

2.5.7 พื้นที่อนุรักษ์ทางธรรมชาติหรือพื้นที่คุ้มครองในประเทศไทย จัดแบ่งลักษณะพื้นที่ออกเป็น 12 ประเภท

สำนักความหลากหลายทางชีวภาพ (2009). ได้นำแนวคิดจากที่ประชุม The World Congress on National Parks and protected Areas ในปี ค.ศ.1992 ได้มีการจัดแบ่งออกเป็น 10 ประเภท แต่ในประเทศไทย ได้จัดแบ่งเป็นพื้นที่จัดให้พักผ่อนหรือคุ้มครองในรูปแบบอื่นๆ เพื่อรักษาระบบนิเวศน์ ดังนี้

1. อุทยานแห่งชาติ เป็นพื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อสงวนคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติทั้ง

ทางบกและทางทะเล ตลอดจนจิตวิญญาณที่สวยงามให้เป็นที่ติดตามจิตใจแก่ผู้พบเห็นและให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิมไม่เปลี่ยนแปลงหรือไม่ถูกใช้ในทางที่ผิด โดยรักษาสมบัติธรรมชาติไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชมและศึกษาค้นคว้าธรรมชาติต่อไป

2. วนอุทยาน พื้นที่กำหนดขึ้นเพื่อสงวนคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติมีความสวยงาม เช่น ถ้ำ น้ำตกหาดทราย โดยทำการปรับปรุงตกแต่งสถานที่เหล่านี้ ให้เหมาะสมที่จะเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอสมควร

3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เป็นพื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าอย่างปลอดภัย อันจะช่วยให้สัตว์ป่าในพื้นที่ดังกล่าวมีโอกาส สืบพันธุ์และขยายพันธุ์ตามธรรมชาติได้มากขึ้น
 4. เขตห้ามล่าสัตว์ป่า เป็นพื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าบางชนิดหรือหลายชนิด
 5. สถานีส่งเสริมและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า เป็นสถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อค้นคว้าวิจัยทางวิชาการเกี่ยวกับสัตว์ป่า โดยเฉพาะ เพื่อหาทางพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าที่หายาก และมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนสัตว์ป่ามากขึ้นและรวดเร็ว
 6. สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า เป็นสถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์ป่าที่หายาก และสัตว์ป่าที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ให้มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยมีการควบคุมที่ดีและสามารถเพิ่มจำนวนสัตว์ป่าให้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว
 7. สวนพฤกษศาสตร์ เป็นสวนที่สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมพันธุ์ไม้นานาชนิดทั้งในและนอกประเทศที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ
 8. สวนรุกขชาติ เป็นสวนที่ดำเนินงานคล้ายสวนพฤกษศาสตร์ แต่ส่วนมากจะนิยมรวบรวมเฉพาะไม้ยืนต้น
 9. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประกาศให้เป็นมรดกทางธรรมชาติของท้องถิ่น อันควรการอนุรักษ์ของสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเพื่อการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรให้นาน และมีคุณภาพที่สุด
 10. พื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระหว่างประเทศ เป็นแหล่งน้ำ แหล่งเก็บกักน้ำฝนทั้งที่มีน้ำขังหรือท่วมถึงอยู่ อย่างถาวรและชั่วคราว ทั้งที่เป็นแหล่งน้ำนิ่งและน้ำไหล โดยเฉพาะเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของนกน้ำหรือตามเกณฑ์ของอนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar Site)
 11. ป่าชายเลนอนุรักษ์ คือ การจัดการทรัพยากรป่าชายเลนเพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ยั่งยืนต่อไป การอนุรักษ์ป่าชายเลน
 12. พื้นที่ชุ่มน้ำขั้น 1 คือ พื้นที่ชุ่มน้ำที่ควรต้องสงวนรักษาไว้เป็นต้นน้ำลำธาร
- สำนักความหลากหลายทางชีวภาพ (2009). (www.chm-thai.onep.go.th>protect>type)

2.6 แนวคิดการตลาดสีเขียว (Green marketing concept)

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2012) สามารถสรุปได้ว่า ในเรื่องธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการมองอย่างองค์รวม คือ การพัฒนาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กระบวนการที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และการสร้างแรงจูงใจการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน จะต้องประกอบด้วย การคำนึงถึงการเจริญเติบโตทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน (Growth & Green)

อดิศร อิศรางกูร ณ อยุธยา (2555) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainability from work) หมายถึงการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาในอนาคต เป็นการพัฒนาที่ต้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีปัจจัยที่จะทำให้องค์กรเข้าสู่ “ธุรกิจสีเขียว” ได้ดังนี้คือ กระแสของโลกาภิวัตน์นวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัย ข้อตกลงทางการค้าใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การผลิตตามมาตรฐานสากล ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง การหาแหล่งผลิตสินค้าที่คุ้มค่ากับการลงทุน อีกทั้ง

ไมเคิล อี พอร์ทเตอร์ (2011) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง Green Ocean สรุปได้ว่าผู้ที่จะดำเนินพัฒนาให้เป็นไปได้ตามแนวทางดังกล่าวได้ในเบื้องต้น คือ คนและการจัดการระบบ การดำเนินตามแนวทางการธุรกิจสู่แนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนจะก่อให้เกิดประโยชน์ในหลายด้าน อาทิเช่น ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการคุณภาพสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว สังคมและสิ่งแวดล้อมได้รับการใส่ใจ ควบคุม ดูแล ฟื้นฟู และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เกิดแนวทางการพัฒนาปรับปรุง นวัตกรรมกระบวนการผลิต เครื่องจักร เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยทั้งต่อผู้ใช้และสิ่งแวดล้อม และทำให้ธุรกิจและสังคมดำรงอยู่ และเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เป็นต้น

พสุ เดชะรินทร์ (2553) ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์องค์กร คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มองแนวทางของธุรกิจสีเขียวว่า จุดเริ่มต้นของธุรกิจที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม หรือ

Green Business ที่เริ่มวิวัฒนาการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 โดยมีการเรียกร้องต่อต้านเรื่องมลพิษต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากภาคอุตสาหกรรม ด้วยการประท้วงของกลุ่มเอ็นจีโอให้เห็นเป็นระยะๆ เช่น กลุ่มกรีนพีซ (Green Peace) จากนั้น จึงเกิดความคิดว่าทำอย่างไรที่จะลดการปล่อยของเสียต่างๆ ออกมาสู่สิ่งแวดล้อม จนกระทั่งเกิดเป็นกระบวนการควบคุมและลดมลพิษ โดยมีกระแสการรีไซเคิลออกมาให้คนทั่วไปได้รับรู้ ต่อจากนั้น ได้มองว่าที่ผ่านมาเป็นการคิดแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ที่ดีกว่า คือจะทำอย่างไรไม่ให้ปัญหาเกิดขึ้นได้หรือไม่ จึงพบว่ากระบวนการของธุรกิจที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดการลดมลพิษ ยังเกิดประโยชน์กับ bottom line หรือ กำไรของธุรกิจ จากการประหยัดต้นทุนอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ทำให้องค์กรธุรกิจเริ่มรู้จักเรื่องการยอมทำตาม (compliance) กับข้อกำหนด (regulation) จนเมื่อเข้าสู่ยุคที่ธุรกิจนำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นเครื่องมือทางการตลาด และกลายเป็นเรื่องของกลยุทธ์องค์กร



พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2012) เสนอแนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจว่า

“ในธุรกิจเอกชนหรือในทางอุตสาหกรรม หรืออุตสาหกรรม การมองแบบองค์รวม คือ การพัฒนาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ และเรื่องของกระบวนการให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ ย่อมต้องอาศัยการเจริญเติบโตของกิจการด้วย ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน จะกล่าวถึงเรื่อง การเจริญเติบโตทางธุรกิจและการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป” การสร้างบรรทัดฐานใหม่ในการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการทางการตลาดที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยแนวคิด Green Ocean Strategy เน้นการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 2 เรื่อง คือ คน และการจัดการระบบ หรือธรรมาภิบาลสีเขียว (Green Governance) ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร (Resource Efficiency) ภาวะรับผิดชอบในกระบวนการ (Process Accountability) และประสิทธิผลในตัวผลิตภัณฑ์ (Product Effectiveness)

วรรณัฐ เพียรธรรม (2556) ได้เสนอแนวคิด การสร้าง 7 อุปนิสัยสีเขียว (Green Habits) ตามแนวคิด Green Ocean ประกอบด้วย Rethink, Reduce, Reuse, Recycle, Recondition , Refuse, Return

กิจกรรมที่มีผลต่อการตลาดสีเขียว ได้ถูกนำมาตีความหมายไว้หลายประเด็น ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา มีนักวิจัยหลายคนพยายามจะสรุปแนวคิด หรือ ภาพรวมให้เห็นและเข้าใจถึงความหมายของการตลาดสีเขียว โดย Pride และ Ferrel (1993: 20) ได้อธิบายไว้ว่า การตลาดสีเขียวเป็นความพยายามขององค์กรในการออกแบบ กำหนดราคา การทำโปรโมชั่น และการจัดจำหน่ายสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมส่วน Mintu และ Hector (1993:17-25) ระบุว่า การตลาดสีเขียวเป็นเรื่องของการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อทำให้เกิดความสะดวกรในการแลกเปลี่ยนระหว่างเป้าหมายขององค์กรและบุคคลในการสนับสนุนด้านการป้องกันการสูญเสียจากธรรมชาติ การปกป้อง และการรักษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้ดีขึ้น

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญ เช่น Polonsky (1994:14-18) ได้ทำการสรุปความหมายไว้ว่า การตลาดสีเขียว คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อสร้างและอำนวยความสะดวกการเลือกเปลี่ยนความตั้งใจที่จะตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นโดยก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติน้อยที่สุด Peattie (1995:260-268) ระบุว่าการตลาดสีเขียวเป็นกระบวนการจัดการแบบองค์รวมที่รับผิดชอบต่อการแสดงการมีส่วนร่วม และ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสังคม ด้วยวิธีที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และความยั่งยืน จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ถึงแม้จะไม่มีนิยามหรือคำจำกัดความที่แน่นอน แต่ค่านิยมโดยรวม

แล้วมีการกำหนดลักษณะและวัตถุประสงค์ที่ใกล้เคียงกันและยังมีการกำหนดขอบข่ายของการตลาดสีเขียวที่น่าสนใจ โดย John Grant (1999: 111-114) ได้กล่าวไว้ว่า การตลาดสีเขียว ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การตลาดเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ยังรวมถึงการตลาดที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมในด้านอื่นๆด้วย เพราะการสร้างสรรค์สังคมย่อมส่งผลดีทางอ้อมต่อสิ่งแวดล้อมเช่นกันด้วยเหตุนี้ สำหรับผู้วิจัยเอง ได้สรุปคานิยามจากข้อมูลต่างๆ ข้างต้นของการตลาดสีเขียวดังนี้

“การตลาดสีเขียวหรือการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนของสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือ การเพิ่มต้นทุนของสินค้าหรือกิจกรรมที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น”

2.6.1 การพัฒนาทางการตลาดสีเขียว (Green marketing Development)

Peattie (2001:129-146) ได้ระบุว่า การพัฒนาของกลยุทธ์การตลาดสีเขียวได้ถูกพัฒนาขึ้นมา ใน 3 ระดับด้วยกัน คือ ระดับแรก เป็นระดับที่เรียกว่า การตลาดเชิงนิเวศวิทยา (Ecological Green Marketing) ซึ่งให้ความสำคัญในด้านการลดการใช้หรือการพึ่งพาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการแก้ปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ระดับที่สอง คือ การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Marketing) ซึ่งให้ความสำคัญกว้างขึ้น โดยยกระดับไปในการลดการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วยการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาใช้โดยมุ่งไปยังความต้องการของลูกค้าประเภทที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและเพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน ระดับที่สาม คือ การตลาดแบบยั่งยืน (Sustainable Marketing) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมของการผลิตและการบริโภคอันจะนำไปสู่สภาพทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามข้อจำกัด ในการทำการตลาดสีเขียวคือ ยังไม่มีการศึกษาทางวิชาการที่ทำการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมกับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่าง

เต็มรูปแบบ และนอกจากนี้ ยังพบว่าการทำกลยุทธ์การตลาดด้านสิ่งแวดล้อมนี้ยังมีอุปสรรคหลายอย่าง เช่น สินค้าที่ถูกผลิตเพื่อสิ่งแวดล้อม ยังไม่ใช่สินค้าที่ให้ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมตรงตามที่บริษัทได้ระบุไว้ และสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมบางส่วนออกมาอยู่ในตลาดเพียงไม่นาน มีวงจรชีวิตเพียงระยะสั้น ซึ่งสิ่งที่จะต้องระวังในการทำตลาดแบบนี้คือ สินค้าหรือบริการของบริษัทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าคู่แข่งก็ต้องทำให้เป็นจริงตามการโฆษณาอื่นๆ

2.6.2 สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product)

สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถจำแนกออกได้ตามระดับการให้ความสำคัญหรือการเปลี่ยนแปลงในด้านการผลิตของสินค้า ที่ได้ลดมลภาวะ หรือทรัพยากรต่างๆ ที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับในประเทศไทย การใช้ ฉลากสีเขียว (green label หรือ eco-label) สามารถเป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้มั่นใจว่าสามารถซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้จริง ซึ่งฉลากสีเขียว คือ ฉลากที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน โดยที่คุณภาพยังอยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด ในการกำหนดเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากสีเขียวจะแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งโดยทั่วไปจะคำนึงถึง การจัดการทรัพยากร ทั้งที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ (Renewable resources) และที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ (Non-renewable resources) อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น

- การลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศ โดยส่งเสริมให้มีการผลิต การขนส่ง การบริโภค และการกำจัดทิ้งหลังใช้แล้วอย่างมีประสิทธิภาพ
- การนำขยะมูลฝอยและขยะอันตรายกลับมาใช้ประโยชน์อย่างอื่น (Reuse) หรือหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

2.6.3 แนวคิดการทำการตลาดสีเขียวอย่างยั่งยืน

Robert Dahlstrom (2011) ได้นำเสนอแนวคิดการจัดการการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้ “Green Marketing Management”; U. of Kentucky. USA.

1. นิยามความหมายการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นการพยายามศึกษาในภาพรวมด้านผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริม บรรจุภัณฑ์ และการนำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้การได้ใหม่ ในการปฏิบัติการต้องมีหรือความละเอียดอ่อน หรือตระหนักถึงการตอบรับด้านนิเวศวิทยาด้วย
2. การจัดการการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คล้ายกับว่าเป็นกระบวนการในการวางแผน และการปฏิบัติ ด้านส่วนประสมทางการตลาดให้มีความสะดวกสำหรับผู้บริโภค การผลิต การจัดจำหน่าย การส่งเสริม บรรจุภัณฑ์

3. ความยั่งยืนมีความต้องการที่จะนำเสนออย่างชัดเจน อย่างมีศักยภาพในอนาคตซึ่งจะเป็นที่ต้องการต่อไป

2.6.4 แนวคิดของธุรกิจเชิงยุทธศาสตร์

Kotler and Team (2003) คือ แนวคิดของธุรกิจเชิงยุทธศาสตร์ ที่มุ่งไปถึงการบรรลุถึงซึ่งความพึงพอใจอย่างยิ่งกับผู้มีส่วนร่วมที่สำคัญ ทั้งลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 หลักการ คือ Sustainable, Marketing, Enterprise

Sustainable: ความยั่งยืน คือ หลักการของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่จะสร้างธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน มีศักยภาพในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องคำนึงถึง องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง (Political Changes): แผนนโยบายที่ให้ความสำคัญตามความเปลี่ยนแปลงของสังคมในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และมีผลกระทบต่อนโยบายการดำเนินงานขององค์กร การที่จะปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้อง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายทางการเมืองจึงมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปฏิบัติตาม เพื่อความราบรื่นในการบริหารจัดการองค์กรต่อไป เช่น นโยบายทางการเมืองที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา หรือให้ความสำคัญกับสภาวะโลกร้อน เป็นต้น

2. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technical Changes): การสื่อสาร และระบบสารสนเทศที่เกิดขึ้น ทำให้องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการตอบรับกับความก้าวหน้าที่เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural Changes): การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรส่งผลถึงปริมาณการเพิ่มขึ้นของลูกค้าหรือผู้ให้การสนับสนุนองค์กร การเปิดรับ และผสมผสานทางวัฒนธรรมมีมากขึ้น ดังนั้น การตระหนักถึงระดับความเหมาะสม ความเข้าใจ และการนำการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดอรรถประโยชน์กับองค์กรจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นจะต้องดำเนินการ

การตลาด (Marketing) คือ แนวทางการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจจะมองภาพของการทำการตลาดเพียงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขายได้เท่านั้น คงจะไม่เพียงพอแล้วในปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงขึ้น ดังนั้น การสร้างมุมมองที่กว้างขึ้น และละเอียดขึ้น จึงจะเป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติดังประเด็นดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Outlooks): การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร สามารถสร้างการทำการตลาดอย่างยั่งยืนได้ เมื่อกิจกรรมหรือการดำเนินงานต่างๆ อยู่ในความสนใจและได้รับการสนับสนุน จากสังคม
2. โครงสร้างการดำเนินกิจกรรมขององค์กร (Architecture of Organization Activities): ภารกิจ ขอบเขต และขีดความสามารถในการสร้างกิจกรรมขององค์กร ก่อให้เกิดการสนับสนุน การเข้าร่วมกิจกรรม และมีปฏิสัมพันธ์อย่างจริงจังกับลูกค้าหรือสังคม โครงสร้างต่างๆ ควรมีศักยภาพที่สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมที่ดี เพื่อรองรับ และตรงกับความต้องการในการเข้าร่วมและให้การสนับสนุน เพื่อพัฒนาสังคมอย่างเป็นรูปธรรม
3. การประเมินผล (Score Cards): เป็นเครื่องมือสำหรับประเมินศักยภาพ ควบคุม และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับเปลี่ยนกิจกรรมที่ได้วางแผนหรือดำเนินการ ให้การบริหารจัดการสามารถสร้างโอกาสการสัมฤทธิ์ผลตามจุดประสงค์ของกิจกรรม และสร้างความสมดุลของการเกิดประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม

Enterprise: โครงการที่สำคัญ คือ การให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการเลือกดำเนินโครงการที่สำคัญซึ่งจะต้องลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น หรือเคยเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด โดยมีข้อควรตระหนักถึงที่เพิ่มเติมขึ้นมาในการดำเนินโครงการที่มีความสำคัญๆ ดังประเด็นต่อไปนี้

1. แรงดลใจ (Inspirations): เพื่อที่จะบรรลุความสำเร็จในระยะยาวองค์กรต้องมีอุดมการณ์ ซึ่งสะท้อนถึงปรัชญาพื้นฐานและการปฏิบัติการจริง ซึ่งต้องดำเนินการควบคู่ไปด้วยกัน ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ และภารกิจ ซึ่งวิสัยทัศน์ที่ดีต้องมีภาพที่ชัดเจนว่าองค์กรจะทำอะไร และสามารถกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานให้สำเร็จตามภารกิจได้

2. วัฒนธรรมขององค์กร (Organization Cultures): เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของความสำเร็จที่ยาวนานได้ นอกจากต้องมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็งแล้ว ควรต้องสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ด้วย การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร มีความสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีมีเสถียรภาพได้ต่อไป
3. สถาบัน (Institutions): ทักษะในการพัฒนาความเป็นสถาบัน นอกจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานแล้ว องค์กรต้องมีความสามารถในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วด้วย ส่งผลให้มีความสามารถสูงในการจัดสรรทรัพยากรขององค์กร และความสามารถในการได้ผลตอบแทนสูงสุด



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกสรี่ ลัดเลีย (2552) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเลสตูล- ตรัง 2. ศึกษากระบวนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเล 3. เพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวทางทะเล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยผลการศึกษาอธิบายได้ 8 ประเด็น คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวทะเลสตูล- ตรัง คือ แบ่งได้ 4 ประเภท แหล่งท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 2. ปัญหาแหล่งท่องเที่ยว คือ ข้อจำกัดด้านระยะทางที่ห่างไกลจากท่าเทียบเรือไปแหล่งท่องเที่ยว ขาดการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การที่หน่วยงานหลักไม่สามารถควบคุมการทำลายทรัพยากร และการบริหารจัดการและพัฒนาอย่างไม่ดี 3. ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเล คือ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่าทางวัฒนธรรม การทำความเข้าใจในความเชื่อและวิถีชีวิตความผูกพันทางธรรมชาติเป็นผู้นำหนดการดำเนินชีวิตของชาวเลจึงเป็นเรื่องสำคัญและละเอียดอ่อนที่จะต้องตระหนักถึง 4. ระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คือ ชาวบ้านมีการปลูกสร้างรีสอร์ทต่างๆ และนายทุนจะมีการก่อสร้างขนาดใหญ่รูปแบบการดำเนินงานก็จะมีแตกต่างกันออกไป 5. ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว คือ มีการจัดแบ่งไว้ชัดเจน 6. เส้นทางการท่องเที่ยว คือ มี 2 เส้นทางการท่องเที่ยวทะเลใต้สำหรับนักท่องเที่ยวมาเลย์ และเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ 7. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คือ การวิจัยนี้ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว 8. การมีส่วนร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้อง คือ ภาครัฐเป็นกลุ่มที่ประสานความร่วมมือให้เกิดขึ้นโดยการประสานงาน

สยามล ชัยรัตน์อุดมกุล. (2550) การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตามลำนํ้าป่าสักของอำเภอเส้าไห้ อย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาประวัติชุมชน 2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่น

ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตคนท้องถิ่น พบว่า แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมของอำเภอมีสักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง และรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชุมชนได้ดี ในเบื้องต้นชุมชนยังขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยว ต่อมา

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดการคิดวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน ปัจจุบันสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองมีการประสานงาน จัดแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน และแบ่งรายได้อย่างเป็นธรรมมีการจัดการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย คนในชุมชนยังมีความรู้สึกที่ดีจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และอย่างยั่งยืน ตลอดจนการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของคนในท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของชุมชน เน้นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นชุมชนควรจะต้องเรียนรู้ตนเองจนถ่องแท้ การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนไม่ควรมองข้ามรายได้ ควรพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปดีกว่ามุ่งเน้นผลตอบแทน และชุมชนไม่ควรพึ่งพาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ควรมีการพัฒนาคนในชุมชนในห้มีศักยภาพในการสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้บริหารจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การไปศึกษาดูงานในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ การจัดอบรม สัมมนา อีกทั้งการพัฒนาสาธารณูปโภคของชุมชนก็มีความสำคัญต่อการเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

ชุกถิ่น อุณวิจิตร และคณะ .(2548) ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เพื่อศึกษาศักยภาพ บทบาท และความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่มีศักยภาพในการวางแผน การบริหารงบประมาณ ความเป็นผู้นำ รองลงมาคือ การสร้างเครือข่าย ส่วนศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ความพร้อมของบุคลากรและการร่วมมือพัฒนาอยู่ในระดับน้อยและน้อยที่สุด ความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ยังมีปัญหาด้านประสิทธิภาพเกี่ยวกับบุคลิกภาพและวิสัยทัศน์ของผู้นำ การพัฒนาด้านกายภาพบางครั้งก็ขัดแย้งกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความต้องการที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้เฉพาะ เช่น การอบรม การทำเว็บไซต์ การปลูกจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การศึกษาตลาดนักท่องเที่ยว ยังขาดบุคลากรผู้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เมื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังมีจุดอ่อนในเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

งานวิจัยต่างประเทศ

Christian Stipanović & Elena Rudan (2014) ได้วิจัยเรื่อง แนวคิดการพัฒนาและกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของการมายังโครเอเชีย พบว่า งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจ ทำการวิพากษ์แบบกลุ่ม การยืนยันในทัศนคติของสมาชิก มีการสร้างข้อคำถามใหม่ๆ การเชื่อมโยงความแตกต่างในคำตอบ เพื่อมุ่งหาคำตอบให้ไปยังเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น มีการวิเคราะห์สถานการณ์ มีความคาดหวังในอนาคต เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวโครเอเชีย พบว่า ยังขาดการตระหนักถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มีการยอมรับในความหลากหลาย และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความยินดี ของการท่องเที่ยวโครเอเชียมากขึ้น คล้ายกับว่าเป็น เรื่องใหม่มีความน่าสนใจ มีการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นทางการตลาดมากขึ้น บนพื้นฐานของสุนทรียภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ มีความต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแบบระยะสั้น และมีแนวโน้มการสร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้น ซึ่งต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การให้ความตระหนักถึงหลักการอย่างมีเหตุผล นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ใส่ใจในสิ่งที่เรียกร่องทางความรู้ที่จะได้รับ ประสบการณ์ใหม่ๆ ในวันหยุด และหาแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อวางกลยุทธ์ให้เหมาะสม

Lan-Lan Chang , Kenneth F. Backman and Yu Chih Huang (2014) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การเจริญเติบโตในจำนวนและคุณภาพของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ในการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประสบการณ์ การยอมรับในคุณค่า และความสนใจที่จะกลับมาอีกครั้ง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เหมือนมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวเนื่องกับเรื่องทางกายภาพ วัฒนธรรม สังคม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและจัดเตรียมการบริการด้วยการบูรณาการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ในการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการปฏิบัติ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ได้รับ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตอนเหนือ กลาง และใต้ของไต้หวัน ที่สนใจ 3 กลุ่ม เกี่ยวกับการกีฬา สุนทรียภาพที่ได้รับจากสถาปัตยกรรม ศิลปะ วัฒนธรรม และผู้ที่สนใจหาประสบการณ์ชีวิต จำนวน 417 คน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจและยอมรับในคุณค่ามีไม่มากนัก มีความเห็นว่าควรพัฒนาด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และให้ความสำคัญด้านการบริการด้วยตลอดจนเน้นการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมและศิลปะ ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น สำหรับนักธุรกิจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำได้จากการนำประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ศึกษา เพื่อที่จะ

เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ในการใช้ปรับปรุงคุณภาพด้านต่างๆ และพัฒนาการวางแผนการบริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ายินดีจ่ายเงินมากขึ้น และทำความเข้าใจว่าอะไรคือประสบการณ์ชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อการสร้างแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

Gunvor Riber Larsen & Jo W. Guiver (2012) ได้วิจัยเรื่อง ความเข้าใจนักท่องเที่ยวในการยอมรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว : หลักการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการที่เข้ามาท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว พบว่า งานวิจัยนี้ศึกษาความพยายามในลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยว การทำความเข้าใจให้ดีขึ้นต่อการยอมรับและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าถึงร้อยละ 75 ที่จะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) จากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางการบิน การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการลดลงของขั้นตอนต่างๆ ในการเข้ามาเที่ยว การวิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวเดนมาร์ก เกี่ยวกับความชื่นชอบ ความสนใจในด้านต่างๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ ราคา เวลา และความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว บางทีการข้ามเขตมาอีกภูมิภาคหนึ่งที่ไกลบ้านออกมา เพื่อมาทะเล มาอาบแดด เพื่อมาเล่นกีฬาหน้าหนาว หรือทำกิจกรรมอื่นๆ ก็มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกันตาม เวลา ราคาค่าใช้จ่าย ซึ่งมีผลต่อข้อสรุปในการตัดสินใจของการมาเที่ยว ซึ่งการให้ความสำคัญในตัดสินใจที่มีผลมากที่สุดคือ คุณลักษณะทางกายภาพ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บางทีการท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้กับประสบการณ์ช่วงวันหยุด ซึ่งการจะประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาก็เป็นสิ่งสำคัญต่อการคิดในภาพรวมของค่าใช้จ่ายในวันหยุด และสำคัญมากกว่าการใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ และอาจเปลี่ยนรูปแบบที่ใช้ได้ และอาจลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเรื่องการอนุญาตในการให้พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง มีการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง และส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวอย่างละเอียดมีความปรารถนาในการเรียนรู้ศึกษาในการท่องเที่ยว (Slow Travel) มากขึ้น

J. Li, (2013) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในท้องถิ่นและการใช้ระบบการประเมินใน Costa Rica พบว่างานวิจัยระดับชุมชนนี้พบที่มีความยาก และมีการใช้หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นที่การใช้เทคนิคการจัดการอย่างยั่งยืนใน Costa Rica ซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียง ในการมุ่งเน้นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งเห็นถึงประสิทธิภาพในการจัดการได้อย่างชัดเจน และมีการจัดตั้งการให้รับรองโครงการสีเขียว (Green Certification Program) ซึ่งจะสามารถ

ส่งผลในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านต่างๆ ได้ต่อไป สิ่งที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ด้วยการส่งเสริมเรื่องการดำเนินการอย่างยั่งยืน การรักษาวัฒนธรรม การอนุรักษ์ในความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการจัดการเป็นเครื่องมือกว้างๆ ที่ใช้ได้อย่างมีศักยภาพ และเป็นเกณฑ์ที่พัฒนาขนาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่ปรากฏให้เห็น ซึ่งรายละเอียดของการปฏิบัติขึ้นอยู่กับแต่ละพื้นที่ในการนำไปใช้ สิ่งที่เพิ่มขึ้นมากจากทฤษฎี การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ คือการนำทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะมีความซับซ้อนมากกว่า คล้ายกับว่าจะต้องตระหนักในหลักการปฏิบัติที่เชื่อมโยงกัน ใช้การบูรณาการอย่างเหมาะสม ก็จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และพื้นที่ท้องถิ่น การจัดการที่เหมาะสมสามารถช่วยให้บรรลุผลสำเร็จอย่างสมดุล ทั้งการอนุรักษ์และการพัฒนา ซึ่งการให้ความยอมรับในการนำกรณีศึกษาวิจัยใน Costa Rica มาใช้ มีหลักการที่สำคัญ และได้เห็นประสบการณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจ และได้มีการตรวจสอบเชิงลึกแล้ว ซึ่งสามารถนำมาหาแนวโน้มการลดช่องว่างระหว่างทฤษฎี และการปฏิบัติ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ก่อให้เกิดการพัฒนาโดยส่งเสริมทั้งด้าน ความยั่งยืนบนพื้นฐานของชุมชนในท้องถิ่น การอนุรักษ์ทรัพยากร และเศรษฐกิจได้ เกณฑ์การวัดประเมินเปรียบเทียบกับสมรรถนะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน จะต้องมีการตรวจสอบอย่างกว้างขวางในกลยุทธ์การอนุรักษ์ และมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาต่อไป ในอนาคต เพื่อพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

Xavier Font, Ronald Sanabria and Elizabeth Skinner (2003) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวอย่างความยั่งยืนและใบรับรองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ : การขึ้นสู่มาตรฐาน และผลประโยชน์ พบว่า การเพิ่มขึ้นของจำนวนใบรับรองโครงการต่างๆ ที่ได้รับอนุญาตเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้นมากจากฐานราก เพื่อเป็นการริเริ่มสร้างสรรค์ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งผลถึงการผลักดันให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว การดำเนินการด้วย แต่ก็มีผลต่อการชักจูงให้เกิดความสับสนในการตลาดได้ และก็มีราคาเริ่มต้นที่สูงขึ้น ในที่นี้ คือจะหาอย่างไรให้เกิดความเข้าใจที่จะหาช่องทางที่ดีที่สุดในการจัดตั้งมาตรฐานที่สูงขึ้นในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน และใบรับรองโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ต่างๆ ให้มีใช้ทั่วโลก และทำโครงการให้ได้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ทั้งถึงในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะการสร้างพันธมิตรในกลุ่มพื้นที่เขตร้อน (Rainforest Alliance) ซึ่งมีการทำเป็นต้นแบบที่จะทำการศึกษาได้ และเพื่อการรับรองวิทยฐานะการท่องเที่ยวทั่วโลกจากการประชุมของสมาชิกในการให้สิทธิบัตรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

Laurie Kroshus Medina (2005) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และใบรับรอง : การยืนยันจากหลักการและการปฏิบัติของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หลายๆ โครงการที่มีการแสดงว่ามีใบรับรอง สามารถสังเกตได้ว่ามีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป อย่าง

ถูกต้องตามการบัญญัติไว้ แต่ก็ยังมีการปลอมแปลงการรับรองด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Greenwashed) ให้เห็นอยู่บ้าง งานวิจัยนี้พยายามชี้ให้เห็นถึงการยอมรับการรับรองเพื่อสร้างความแน่ใจในเวทีโลก ถึงการวิพากษ์วิจารณ์การจัดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เรื่องหนึ่งๆ ก่อนกระจายออกไป การกำหนดเงื่อนไขจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อชุมชนในพื้นที่ กรณีศึกษาในงานวิจัยนี้จากประเทศบราซิล เผยให้เห็นความไม่เห็นด้วยระหว่างสมาชิกการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของบราซิล และผู้เชี่ยวชาญจากนานาชาติ เกี่ยวกับการให้ความหมาย เกณฑ์ เงื่อนไข ที่ไม่ชัดเจน มีความหลากหลาย เช่น ใครถือได้ว่าเป็นผู้อยู่ในท้องถิ่น อะไรจะนับได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participation) โดยชุมชนแล้ว อะไรถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดต่อชุมชนในพื้นที่ นั่นคือหัวข้อของวิสัยทัศน์ที่มีอย่างหลากหลาย ซึ่งก็ต้องให้ความเคารพ และทำให้เหมาะสม ในกระบวนการที่โปร่งใส ทำให้เกิดความราบรื่น หรือเป็นไปตามบรรทัดฐานตามมาตรฐานในรับรอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อาจเกิดความล้มเหลวได้จากการเพิกเฉยละเลยทั้งจากการนำหลักการมาใช้ และจากความยุ่งยากในการปฏิบัติอย่างมีเหตุผล อย่างไรก็ตามไม่ควรลืมการให้ความสำคัญต่อข้อเรียกร้องที่จะขยายประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ต่อคนในชุมชนท้องถิ่นด้วย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 ท่าน

ได้แก่ ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้อำนวยการสำนักอุทยานแห่งชาติ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือผู้แทน

การวิจัยเชิงปริมาณ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในอุทยาน

แห่งชาติในประเทศไทย จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2556 อุทยานแห่งชาติทั้งหมด 147 อุทยานแห่งชาติ ปี 2556 นักท่องเที่ยวทั้งหมด 11,275,874 คน แยกเป็นคนไทย 9,832,956 คน ชาวต่างประเทศ 1,442,918 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติที่ได้รับความนิยมสูงสุด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ อุทยานแห่งชาติทางบก คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทางทะเล คือ อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี จาก 10 อันดับ ยอดนิยม โดยทำการแจกแบบสอบถาม กำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของทาร์โร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยประมาณประชากรเป็นจำนวนอนันต์ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ประมาณ 400 ราย แยกเป็นแต่ละ 200 คน

(ฝ่ายนวัตกรรมการสารสนเทศอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปใน

เขตอุทยานแห่งชาติ. ค้นเมื่อ วันที่ 10 ตุลาคม 2557, จาก npdatabase@dnp.g)



3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ตัวแปรต้น

ข้อมูลทั่วไป ได้แก่

- ประเภทของอุทยาน
- ระยะเวลาการท่องเที่ยว
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- รูปแบบการท่องเที่ยว
- จำนวนผู้ร่วมท่องเที่ยว

3.2.2 ตัวแปรตาม

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่

- ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
- มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว
- ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม
- มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์
- เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม
- นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง
- จดจำประทับใจ/ เข้าใจ
- การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่

- การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี
- การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย
- การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ
- การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น
- การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
- การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง
- การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน
- การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ
- การวิจัยและติดตามผล

การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว ได้แก่

- แสดงความเป็นมิตร
- เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร
- ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้
- ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น
- งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร
- ชี้อตรงต่อนักท่องเที่ยว
- ไม่เข้าซื้อ ครอบงำก่อนความรำคาญเพื่อขายของ
- ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
- ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คือ ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) และผู้อำนวยการส่วนอุทยานแห่งชาติ หรือผู้แทน

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง แห่งละ 200 ชุด คืออุทยานแห่งชาติทางบก และอุทยานแห่งชาติทางทะเล โดยทำการสัมภาษณ์ขั้นต้นแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวนประมาณ 400 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ขั้นต้น จากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ และวัดค่าความเชื่อมั่น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดของงานวิจัยครั้งนี้
2. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ทาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้
3. นำแบบสอบถาม ไปทดสอบ (Tryout) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อนำกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) สูตรของครอนบาค (Cronbach) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สมบูรณ์และมีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์
4. ทำการแจกแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และข้อมูลทุติยภูมิ จากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. หลังจากเก็บข้อมูลแล้วนำ แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบ สอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลมาบันทึกลงคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผล (Processing) ด้วยโปรแกรมการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรต่างๆ

สถิติทดสอบสมมติฐาน คือ Confirmatory Factor Analysis , T-test, และ ANOVA

ซึ่งลักษณะคำถามแบบ Likert Scale แบ่งระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเป็น 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ การ คำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อแปรผลคะแนนในแต่ละช่วงประกอบด้วย

มากที่สุด เกณฑ์การให้คะแนน 5 คะแนน

มาก เกณฑ์การให้คะแนน 4 คะแนน

ปานกลาง เกณฑ์การให้คะแนน 3 คะแนน

น้อย เกณฑ์การให้คะแนน 2 คะแนน

น้อยที่สุด เกณฑ์การให้คะแนน 1 คะแนน

ผู้วิจัยใช้วิธีการแสดงระดับของคะแนนเฉลี่ย (Mean) พิจารณาจากคะแนนของคำตอบแล้ว นำมาแบ่งเป็นอันตรภาคชั้นของคะแนน กำหนดเป็น 5 อันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545:27) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น

4.21 – 5.00 มากที่สุด

3.41 – 4.20 มาก

2.61 – 3.40 ปานกลาง

1.81 – 2.60 น้อย

1.00 – 1.80 น้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ สัมภาษณ์ แนวคิดแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คุณสมบัตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data

Reduction

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 6 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแนวคิดและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับแนวคิดแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

พอ.ดร. นาฬิกาติศักดิ์ แสงสนิท

ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (12/3/2559)



นิยามด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในมุมมองของอพท.

เป็นแนวคิด (Concept) ทางสังคมวิทยา เน้นชุมชน ให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของบ้าน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นคนนำนักท่องเที่ยวเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนให้เหมือน เพื่อนมาเยี่ยมบ้านเพื่อน มีประสบการณ์ตรงที่ได้จากการลงมือทำ ซึ่งสร้างสรรค์ตัวของนักท่องเที่ยวเอง

การดำเนินงานของอพท.

การทำงานของบุคคลากรเพื่อชุมชนอยู่ในการถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรม (DNA) ของคนอพท.ทุกคนอยู่บนหลักการคิด วางแผน ปฏิบัติ รับผิดชอบ และเป็นประโยชน์ ซึ่งการมีพื้นฐานอิงหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใน 3 มิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยทำการส่งเสริมให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวด้วย ซึ่ง Government Securities Clearing Corporation (GSCC) ให้เป็นตัวแทนการฝึกอบรมหลักสูตรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการประสานความคิดอย่างสร้างสรรค์ (Co-creation) เป็นการดำเนินงานแบบประชาธิปไตย แต่ละแหล่งก็ปรับรูปแบบต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่พิเศษในการกำกับดูแล เช่น เกาะช้าง มีกิจกรรมปลูกป่าชายเลน (GIZ ของเยอรมันให้การสนับสนุน) การให้ความสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน (Low carbon Tourism) กิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมชมเมืองที่พญา กิจกรรมที่ศรีสขาลัยและกำแพงเพชรช่วงบ่าย 2-3 อย่านอยู่ในโรงแรมมาชมเมืองดีกว่า การกินอาหารพื้นเมืองลดการขนส่งอาหารจากที่อื่น

การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBTT) ให้แนวการสนับสนุน เกี่ยวกับการจะประกอบอาชีพอะไรควรได้ร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและชุมชนมีความสุขร่วมกัน จึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่ง GSCC ให้มีการดำเนินงานที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และมีประโยชน์ต่อชุมชนและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในชุมชน

อพท. ช่วยเป็นตัวกลางว่าชุมชนอยากได้อะไร มีการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Package) เช่น นักท่องเที่ยวสนใจบำเพ็ญประโยชน์ก็มาช่วยกันสร้างฝาย มีจัดอบรมการทำบัญชีครัวเรือน การอบรมด้านการตลาด การทำกิจกรรมเชิงนิเวศน์ที่น่าสนใจอีกอย่างที่น่าสนใจ เช่น การยิงลูกไม้ที่เขาชีจรรย์ วัดป่าสิริวัฒนวิสุทธิ์ การล่องแก่งเก็บขยะ ปีนเขาเก็บขยะที่ภูกระดึง ซึ่งมีการประสาน ส่งเสริม และสนับสนุน การนำชีวิตปกติของชุมชนที่ดูเหมือนแบบไม่มีอะไร แต่มีเอกลักษณ์ในชุมชนมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวมาเรียนรู้ การปลูกต้นไม้ในโรงแรม ที่พัก การส่งเสริมการลดใช้พลังงานเช่นถอดปลั๊กตู้เย็นในห้องพักที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักออกก่อน การปลูกป่าชายเลน บางทีขอมีการเลือกปลูกในที่ที่ถ่ายรูปออกมาสวย แต่เป็นพื้นที่ปลูกซึ่งไม่เห็นผลเท่าที่ควร ซึ่งควรปลูกในที่ที่เหมาะสมน่าจะดีกว่า การได้รับการรับรองจากองค์กร (Thailand International Certified Assesment Co. Ltd.: TICA) คือ มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการกิจกรรมทุกอย่างในองค์กร เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งด้าน

การใช้ทรัพยากร และการเกิดมลภาวะจึงเป็นสิ่งที่ดี ชมรมการท่องเที่ยวและผจญภัยจะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 6+2 (นักท่องเที่ยวไทย+นักท่องเที่ยวต่างประเทศ) โดยมีหลักการของผู้ประกอบการสีเขียว ทัวร์สีเขียวการท่องเที่ยวสีเขียว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวชะลอวัย อพท.จะต้องการันตีว่าชุมชนจะได้ประโยชน์จากเส้นทางใหม่ๆ นี้ สามารถเก็บเกี่ยวรายได้ได้ ซึ่งอพท. จะต้องทำชุมชนสีเขียวเพื่อรองรับผลประโยชน์จากเส้นทางสีเขียวนี้ ในส่วนของสำนักพัฒนาธุรกิจชุมชน เช่น ชุมชนเชียงคานทำแต่ผ้าหม่นนม มีการสาธิตให้นักท่องเที่ยวด้วย ก็เข้าไปช่วยแปลงผ้าหม่นนมเป็นอาสนะพระ การประสานการช่วยเหลือจาก Thai Smile ฟรีเรื่องการขนส่งเม็ดแมคคาเดเมียมาใส่หีบห่อเพื่อขาย ให้ อพท.ทำกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งต้องมีการทำต่อในรูปแบบแผนการทำธุรกิจ (Business Model) ซึ่งต้องทำให้ได้ ยืนอยู่ได้

เรื่องการสร้างกระแสที่ภูกระดึงอพท. ทำอะไรถึงไหนแล้ว

ตอนนี้กำลังเข้ากรมอยู่ ให้กระทรวงทรัพย์นำไปพิจารณาอพท.ศึกษาจัดทำข้อมูลวิจัยให้ไปหมดแล้ว ทำแผนโครงการให้ ทำอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) คือ การประเมินว่า “การลงทุนให้อัตราผลตอบแทนเท่าใด” ทำการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment; EIA) หมายถึง การประเมินผลกระทบจากโครงการพัฒนาที่จะมีต่อสุขภาพหรือความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมทั้งทางบวกและทางลบ EIA ให้แล้ว ผลออกมาเป็นบวก แต่ก็มีข้อห้ามหลายอย่างเช่น ห้ามขยายเส้นทางเพิ่ม ห้ามเอารถขึ้นไป ลดนักท่องเที่ยวพักค้างคืน ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศมีปัญหาเรื่องการบังคับใช้กฎหมาย ถึงแม้มีแผนที่ดีแต่ไม่ทำตามก็ไม่ดี

ปัญหาและอุปสรรคของการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อพท.เป็นหน่วยงานการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ (Area Base) ดูแลพื้นที่แค่ 6 แห่ง 7 จังหวัด ประชาชนทั่วไปจะไม่ค่อยรู้จัก แต่คนคาดหวังและเข้าใจว่าทำทั่วประเทศไทย ซึ่งอุปสรรคมาจากภายนอกที่คนไม่เข้าใจเพราะคิดว่าไปทำงานซ้ำซ้อนกับททท. อพท.เป็นอุปทาน (Supply) ทำงานแบบนโยบายสาธารณะ (Public policy) อพท. เป็นหน่วยเคลื่อนที่เร็ว พัฒนาเป็นต้นแบบ มาศึกษาดูงานแล้วนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ตนเอง ไม่ใช่ให้อพท.ไปทำทั่วประเทศ เพราะเป็นหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และตอนนี้คิดว่าคงจะไม่ขยายพื้นที่ที่ต้องดูแลหรือขยายงานเพิ่มไปกว่านี้ แต่ก็คงต้องขึ้นอยู่กับความเห็นชอบคณะรัฐมนตรี แต่ก็มีแผนเสนอเป็น 7-8 พื้นที่ เพื่อจะได้บูรณาการให้สอดคล้องกับกระทรวงฯ เพราะ

ประกาศเป็นโครงการ (Cluster) ไปแล้ว เช่น อารยธรรมล้านนาที่อพท. ยังไม่มีพื้นที่พิเศษที่ เชียงแสน เพชรบุรี ประจวบฯ ชุมพร ระนอง อพท. อยากประกาศพื้นที่หัวหิน ชะอำ เพื่อตอบโจทย์การเป็นตัวแทนในแต่ละโครงการ (Cluster) ของแต่ละพื้นที่ ถ้ากระทรวงประกาศอีสานได้เพิ่ม เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ อพท.คงต้องไปหาเพิ่มมาอีกแห่ง ซึ่งชุมชนขอบๆ ของพื้นที่พิเศษก็อยากให้รวมพื้นที่ของเขาเข้าเป็นพื้นที่พิเศษด้วย เพราะเห็นซึ่งผลงานและประโยชน์ที่เกิดขึ้น อพท.อยู่ในส่วนด้านอุปทาน (Supply Side) ส่วนทท.อยู่ในส่วนด้านอุปสงค์ (Demand Side) ซึ่งทำแค่การตลาดและประชาสัมพันธ์ อพท.มีงบประมาณร้อยละล้าน แต่ทท.มีการวัดผลงานอย่างหนึ่งจาก KPI ได้ 5 เต็ม 2 ปีซ้อน ซึ่งผลงานกับงบประมาณยังไม่สมดุลกัน ซึ่งปัญหา (ภายใน) ยังมี มีแต่อุปสรรค (ภายนอก) อย่างเดียว การจัดสรรงบประมาณไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เรื่องสุดท้ายคือ นโยบาย เมื่อมีการปรับเปลี่ยนรัฐบาลมีแนวทางต่างกัน บางครั้งวางแผน เตรียมบุคคลากร ไว้แล้ว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง นโยบายก็เปลี่ยนทำให้เจ้าหน้าที่ทำงานลำบาก ซึ่งอพท. ต้องทำตามนโยบายของสำนักนายกรัฐมนตรี อยากรู้ก็ต้องเรียนรู้ที่จะอยู่ให้ได้

แนวโน้มต่อไปของธุรกิจท่องเที่ยว

อพท.เข้าไปช่วยภาคธุรกิจในหลายๆ เรื่อง เช่น การจัดการน้ำเสีย การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การกำจัดขยะในโรงแรม เพื่อลดค่าใช้จ่าย ส่วนทท. ทำเรื่องการเพิ่มรายได้ ทำการตลาด ให้อารมณ์แบบต่างๆ อพท. เพิ่มศักยภาพของชุมชนและพื้นที่ให้เขาเก็บเกี่ยวรายได้ทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น รร. Six Sense มีนโยบายรับคนในชุมชนเข้าทำงาน 30 % เป็นพนักงาน แต่ความเป็นจริงรับได้ 3 % เพราะความรู้ของบุคลากรในพื้นที่ไม่สอดคล้องกับธุรกิจ อพท.จึงต้องจัดการฝึกอบรมให้จนสามารถเข้าทำงานได้ เช่น เป็นแม่บ้านของโรงแรม และตำแหน่งงานง่ายๆ ตัวชี้วัดคือคุณภาพ ความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชน ตัวชี้วัด คือ อัตราการจ้างงาน คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ดีขึ้น เกณฑ์ความอยู่ดีมีสุขอยู่ที่ร้อยละ 60-70 ซึ่งการดำเนินการบางอย่างให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น บังคับคนในชุมชนไม่ได้ เพราะบางเรื่องขัดกับความคุ้นชินของเขา ถึงแม้เราจะมีแนวทางที่จะพัฒนาขึ้นเป็นร้อยละ 80 เพราะบางที่เขาไม่ยอมทำก็คือไม่ทำ บางทีการทำผิดบางอย่างในพื้นที่ก็พอมิเกิดขึ้นบ้างเพราะเพื่อชีวิตอยู่รอด เหมือนกับว่าถ้าเขามีปัจจัย 4 ครบถ้วนแล้วเขาจะไปใส่ใจสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ประชาธิปไตย ความยั่งยืนจะเกิดขึ้นเมื่อเขาไม่เอาทรัพยากรธรรมชาติไป อ้างเหตุผลสนับสนุนในการใช้ (Justify) การดูความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) จากญี่ปุ่นคนไทยสู้ได้ แต่ยังคงต้องผ่านความจำเป็นขั้นพื้นฐาน หาค่าครองชีพให้ได้ก่อน ด้านการท่องเที่ยว อพท.ทำโครงการมรดกโลกกินได้ โดยเซ็นต์บันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding : MOU)

กับ UNESCO เพื่อฝึกอบรม (Train) มัคคุเทศน์ ที่ได้รับการรับรอง (BATCH) จาก UNESCO เพื่อการันตีว่า รายได้จะเพิ่มขึ้น 3 เท่า ใน 1 ปี มี 20 คนแล้ว ซึ่งจะได้ไปมัคคุเทศน์สีน้ำตาล จากกรมการท่องเที่ยว คือมีองค์ความรู้เรื่องการบริหารจัดการมรดกโลก การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ใช้ภาษาได้ดี เด็กดูเหมือนเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Specialize) ในพื้นที่จะเห็นได้ว่าอาชีพนี้มีรายได้ที่ดี ได้อยู่กับครอบครัว ทำอยู่กับสิ่งที่พวกเขาภาคภูมิใจ

การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ

อพท.มีนิยามข้อหนึ่งคือ ประสานทุกภาคีเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีการร่วมงานกับ Earth Check (Australia) มีการเซ็น MOU กับไอบีไม่เซียว โดยมีโรงแรม SMEs ที่อพท.อยากส่งเข้าประกวดมากกว่าเพื่อให้ได้รับการรับรองจากไอบีไม่เซียว ซึ่งในโรงแรมใหญ่เขาก็ได้มาตรฐานอื่นๆ กันไปแล้วซึ่งไอบีไม่เซียว ช่วยมารับรองเป็นหลักฐาน (Certify) ไปด้วย ซึ่งไอบีไม่เซียวเขาก็จะมีผลงานที่มีคนสนใจเข้าร่วมโครงการ เช่น โรงแรมที่เกาะล้าน น่าน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบลดการปล่อยคาร์บอน (Low carbon tourism) การส่งเสริมสนับสนุนกับองค์กรต่างๆ ในการให้ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยในพื้นที่พิเศษ แต่ก็ต้องเป็นหัวข้อที่อพท. ต้องการ และในเงื่อนไขอื่นๆ ด้วย การเผยแพร่ การส่งเสริม สนับสนุน การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิจัย การวิจัย และงานเชิงวิชาการถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามาก ต่อไปคือจะทำอย่างไรให้คนคิดว่าเมื่อนึกถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้นึกถึงอพท. อยากให้นักวิจัยสนใจทำเรื่องการพัฒนาธุรกิจ (Business development) มากขึ้น หรือในพื้นที่พิเศษจะพัฒนาเป็นธุรกิจได้อย่างไร ซึ่งผลการทำที่ออกมาอาจไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้มาก แต่สามารถที่จะเลี้ยงลูกน้องได้ เพราะได้ทำในสิ่งดีๆ การร่วมงานกับปตท. ก็ยังมีอยู่ต่อเนื่องสม่ำเสมอในพื้นที่สุโขทัย กำแพงเพชร

แนวโน้มและการวางแผนงานการท่องเที่ยวในอนาคต

การหาคนที่เป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise (SE)) มาเติมเต็มให้ ได้ทำสิ่งดีๆ คืนสู่สิ่งแวดล้อมและสังคม การร่วมมือกับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่บางครั้งเขาไม่มองว่าชุมชนเป็นคู่ค้า เขามองว่า

เป็นการทำ CSR ของเขา มองว่าเป็นการอนุเคราะห์สงเคราะห์ เหมือนการทำเพียงครั้งเดียว (One time event) แค่วงเดียว อยากให้มองในฐานะที่เท่าเทียมกัน ต้องดูความต้องการของคนในชุมชนจึงจะเกิดความยั่งยืนได้ การได้รับการช่วยเหลือจากภาคธุรกิจก็มีหลายอย่าง เช่น การขนส่งเม็ดแมคคาเดเมียโดยสายการบิน การใช้ผ้าฝ้ายทอมือในโรงแรม และร้านอาหาร การใช้น้ำอ้อยเป็นเครื่องดื่มต้อนรับ (welcome drink) คนในชุมชนยังไม่เข้าใจกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เช่น ชาวบ้านมีการทอผ้าไหมจะขาย 4,000 บ. อพท. แนะนำว่าถ้าเก็บไว้ขายในอีก 3-4 เดือนข้างหน้าในงาน OTOP จะขายได้ราคาดีกว่านี้มาก แต่ชาวบ้านอยากขายตอนนี้อยากได้เงินตอนนี้ ซึ่งก็ไปบังคับเขาไม่ได้ อย่างไรก็ตามอพท. ก็ได้ประสานกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นด้วย เพราะที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ เช่น การพัฒนาไม่ให้ผ้าไหมสีตก สีสั่นและลายผ้าของผ้าไหมที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้ในปัจจุบัน อพท. ได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒินักวิชาการจากกระทรวงและส่วนงานต่างๆ ไปให้ความรู้ ในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบ การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานได้หลายอย่าง แต่บางครั้งเงินก็ไปตกอยู่ที่ผู้ประกอบการที่นำผลิตภัณฑ์ไปประยุกต์เป็นรูปแบบอื่น อพท. ได้มีการประสานความร่วมมือในการกระจายสินค้า เช่น การตั้งขายในโรงแรมสายการบินบางกอกแอร์ ซึ่งก็ยังเป็นเรื่องที่ทำได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก อพท. ยังคงพยายามหาความร่วมมือต่อกิจการเพื่อสังคม (SE) เพื่อเติมเต็ม แนวโน้มความสนใจของอพท.ต่อไปข้างหน้า น่าจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวไม่ต้องใช้ความชำนาญ งานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใช้แค่ความรู้สักที ก็ทำได้) การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา คนที่ดำเนินการสถานปฏิบัติธรรม ธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ การทำงานวิจัยในเรื่องต่างๆ ลงลึกในแง่คิด เกร็ดความรู้ (How to) กระบวนการมีส่วนร่วม

ดร. ประเสริฐ สอนสถาพรกุล ผู้อำนวยการสำนักงานมรดกโลกทางธรรมชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

การประสานความร่วมมือกับททท.

ททท.จะมองภาพรวมของประเทศ การดำเนินงานแผนต่างๆ ก็ต้องไปสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 2558-2560 เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวสีเขียวกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมต่างๆ ซึ่งการจัดการวางแผนยุทธศาสตร์ก็ต้องเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมประชุมเสวนา เพราะการจัดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทำ

องค์กรเดียวไม่ได้จะต้องบูรณาการร่วมกัน เช่น กรมป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงวัฒนธรรม ส่วนงานต่างๆ องค์กรที่เกี่ยวข้อง มารับทราบแผนร่วมกัน หน่วยงานอื่นจะต้องออกแบบแผนยุทธศาสตร์รองรับแผนหลักต่อไป ผู้ดูแลพื้นที่อุทยานฯ ต้องมีบริบทอะไรบ้าง มีการประสานงาน ประชุมร่วม สิ่งการเพื่อจะบูรณาการท่องเที่ยวสีเขียวไปพร้อมๆ กัน ซึ่งต้องมีแผนหลักการจัดการ มีจุดประสงค์หลักของหน่วยคือในการปกป้องคุ้มครองพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาวิจัย และท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ การบูรณาการ พ.ศ. 2559-2563 มี 4 ยุทธศาสตร์ คือ

1. การคุ้มครองดูแลรักษาทรัพยากร
2. การคุ้มครองดูแลอย่างยั่งยืน
3. การวิจัยพัฒนา
4. การบริหารจัดการ

ภายใต้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีกลยุทธ์ย่อย เช่น การป้องกัน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสื่อความเหมาะสม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เอกชนชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้การพัฒนาคูแลการท่องเที่ยว

มีการศึกษาวิจัย

ควรมีการศึกษาวิจัยย่อย เช่น สืบหาความพึงพอใจ ด้านที่พักการให้บริการ แหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยว เน้นการฝึกอบรม เจ้าหน้าที่ เรื่องการท่องเที่ยว ในด้านบริการ การให้ความรู้

มีการเชิญชุมชนผู้ประกอบการมาอบรม

มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเรียกประชุมมาบูรณาการร่วมโดยเฉพาะอุทยานฯ ทางทะเล มารับทราบข้อจำกัดการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลอย่างไร การสร้างการตระหนักในการมาท่องเที่ยวให้ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ชุมชนรับทราบ

การตอบรับและการยอมรับของชุมชน

การตอบรับ ยอมรับชุมชนในพื้นที่ เพราะถือว่าเป็นกติกาสังคม บริบทที่เข้มงวดคือให้ดูแลและมีटरวัง แหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่ไม่ควรไป การไม่ทำลายทรัพยากร เช่น เก็บปลา ดาว ปะการัง พืช

เพราะผู้ประกอบการทำธุรกิจจากอุทยานฯ ต้องคอยสอดส่องดูแลตักเตือนนักท่องเที่ยวมีประชุมทุกฤดูกาลท่องเที่ยว ให้ผู้ประกอบการมาพูดคุยกันในระเบียบ ข้อจำกัด อาจมีการเพิกถอนใบอนุญาต ถ้าไม่ปฏิบัติตาม เช่น อุทยานฯ สิมิลัน สุรินทร์ แต่เนื่องจากกำลังเจ้าหน้าที่มีไม่มากก็จะเป็นแบบสุ่มตรวจ ดังนั้น จึงต้องสร้างเครือข่ายช่วยกันสอดส่องดูแล เพราะถ้าทรัพยากรหมดไปก็ต้องกระทบต่อธุรกิจของเขาด้วย ถ้ารักษาทรัพยากรไว้ได้ดีการท่องเที่ยวก็จะมีความยั่งยืน

อุทยานฯ ทางบกได้รับความนิยมทำรายได้น้อยกว่า ทำอย่างไรจะพัฒนาให้ได้รับความนิยมมากขึ้น

ก็ต้องยอมรับความจริงที่ว่าอุทยานฯ ทางทะเลมีมิติ ความโดดเด่น ความสวยงามมากกว่า สร้างความตื่นตาตื่นใจ ความสนใจของนักท่องเที่ยวจึงมีมากกว่า ที่มาท่องเที่ยวทางบกก็มาดูความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มาผจญภัยกัน ซึ่งในแต่ละอุทยานฯ ก็มีการจัดเก็บค่าบริการ มีการจัดส่งให้ส่วนกลางและมีส่งคืนเพื่อบูรณะฟื้นฟูพื้นที่ ซึ่งหัวหน้าอุทยานฯ สามารถนำไปใช้ปรับปรุง ดูแล พัฒนาพื้นที่ได้ และก็ยังมีการให้เขียนโครงการของงบประมาณเพิ่มเติมได้จากแต่ละจังหวัด และอบต. ซึ่งจะมีการพิจารณาเป็นกรณีไปตามความจำเป็น ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบและความใส่ใจสนใจของหัวหน้าอุทยานฯ แต่ละแห่งเป็นสำคัญ

การให้รับรู้รับทราบนโยบาย

มีการเชิญหัวหน้าอุทยานฯ ทั้ง 150 แห่ง ให้มาประชุมรับทราบกรอบนโยบาย ส่วนการผลิตสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ใช้งบประมาณสูงไม่สามารถทำได้อย่างเอกชน แต่ก็จะมีบ้างในงบประมาณด้านการนันทนาการ และสื่อความหมาย มีการสั่งการในพื้นที่ ให้แต่ละอุทยานฯ ได้รับรู้รับทราบ ว่าเป็นเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งการผลิตสื่อต่างๆ ก็จะได้จากททท. เข้ามาช่วย ที่ก็ยังคงสื่อด้วยการใช้ธรรมชาติสวยงาม

การพัฒนาบุคลากรด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

บุคคลากรจะไม่ค่อยได้ไปดูงานต่างประเทศ แต่จะมีการจัดอบรมให้จากองค์กรต่างๆ ช่วยกันในส่วนอุทยานฯ เป็นงานเฉพาะกิจเกี่ยวกับอบรมเฉพาะส่วนงาน เช่น การกู้ภัย การช่วยเหลือ การใช้ภาษา การบริการ ซึ่งทำได้ปีละไม่กี่ครั้ง ซึ่งภาระกิจหลักคือ ปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติจะไต่งบบฯ มาก แต่การประชุมสัมมนา อบรมเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวจะเป็นภาระกิจรอง ซึ่งส่วนใหญ่ททท. จะเป็นผู้จัดและเชิญเข้าร่วม ก็จะได้ทุกมิติมากกว่า ซึ่งเป็นการสร้างบริบทการทำงานร่วมกันอย่างลงตัว นโยบายล่าสุดที่น่าสนใจจากกระทรวงฯ มีเรื่องอุทยานฯ สีเขียว (Green National Park) มีเกณฑ์การวัด 3 ข้อ คือ 1. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม 2. การมีส่วนร่วมของชุมชน 3. การส่งเสริมการเรียนรู้ทางธรรมชาติ ดูว่าอุทยานฯ ไหนมีความโดดเด่น และจะมีคณะกรรมการประชุมว่าอุทยานฯ ไหนเข้าเกณฑ์ ก็จะมีการประกาศต่อไป ซึ่งก็จะเป็นการยกระดับให้มีความโดดเด่นขึ้นได้

การจัดทำของที่ระลึกในอุทยานฯ ต่างๆ

เป็นมีเฉพาะอุทยานฯ ขนาดใหญ่ และที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น ที่เขาใหญ่ ซึ่งก็ต้องเป็นการลงทุนที่มาก และก็ไม่ใช่ว่าภาระกิจหลัก ซึ่งก็มีกฎระเบียบ ข้อจำกัด ข้อบังคับมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาแค่ชมธรรมชาติสวยงาม จะเน้นที่การคุ้มครองดูแลทรัพยากรธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยว อาจมีการสร้างเส้นทางศึกษาทางธรรมชาติมากขึ้นได้ ในต่างประเทศอาจจะให้มีการจัดซื้อจัดจ้างทำของที่ระลึกหรือการสัมปทานที่פקได้ เช่น ประเทศมาเลเซีย ก็จะทำให้มีการสัมปทานก่อสร้างที่פקในอุทยานฯ ได้ แต่ของไทยยังไม่มีการให้เอกชนมาดำเนินการ ซึ่งปัจจุบันความสะดวกสบายของที่פקยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่ก็มีความใกล้ชิดธรรมชาติมากกว่า อุทยานฯ บางแห่งจะเก่าและทรุดโทรม จากการปล่อยปะละเลย ซึ่งเป็นข้อเสียหัวหน้าอุทยานฯ จึงต้องมีความกระตือรือร้น ที่จะปรับปรุงดูแล ซึ่งจะต้องนำเงินรายได้ไปปรับปรุงดูแลให้ดี ซึ่งจะต้องมีการกำกับให้ติดตาม แต่ในทางทะเลบางแห่งถึงแม้ไม่פקที่อุทยานฯ แต่รายได้ก็มีมาก เพราะก็มีการจัดเก็บค่าเข้าจากบัตรผ่าน ซึ่งก็ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้ประโยชน์ในบางพื้นที่ได้ในระดับหนึ่ง แต่ในพื้นที่ที่เปราะบาง (Core Area) ก็ยังพอเข้ามาได้แต่ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไป บางช่วงเวลา เช่น ฤดูมรสุม ก็จะมีการปิดเกาะ เพื่อให้ปะการังฟื้นฟู บางพื้นที่มีปะการังฟอกขาว ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาดูแลรักษานานอาจ 2-3 ปี ซึ่งอุทยานฯ ทางบก จะเปิดให้ท่องเที่ยวได้นานหน่อย

การประสานความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศ

มีการเซ็นด์บันทึกข้อตกลง MOU ในภาพรวมไม่ได้เน้นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น Great Smokey Mountain National Park (USA.) กับ อุทยานฯ เขาใหญ่ ที่มีลักษณะทางกายภาพ และภูมิทัศน์คล้ายกัน แต่ที่นั่นมีนักท่องเที่ยวปีละประมาณ 10 ล้านคน แต่ไทยมีประมาณ 2 ล้านคน ซึ่งรัฐมนตรีไปดูงานมาแล้วได้ประสานความร่วมมือให้เขาส่งเจ้าหน้าที่มาช่วยวิเคราะห์ทำแนวทางพัฒนา ว่าไทยควรจะทำอย่างไรให้เขาใหญ่มีการพัฒนาไปสู่ระดับสากล (World Class) และมีการดูงานที่ประเทศเกาหลี ในด้านการจัดการโดยภาพรวม เช่น การอนุรักษ์ การบริหารจัดการ การบริการด้านการท่องเที่ยว การศึกษาวิจัย การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น

องค์กรเอกชนและภาคธุรกิจ

องค์กรมาช่วยด้านการอนุรักษ์ด้านต่างๆ เช่น NGO WWF และ WCM มาช่วยอบรมเจ้าหน้าที่ให้ภาคธุรกิจมาทำ CSR แต่ก็จะเป็นแค่ช่วงๆ ระยะสั้น ยังไม่มีแผนโครงการที่ยั่งยืน อยากให้มีการจัดทำโครงการระยะยาวที่ยั่งยืน ความเป็นข้าราชการจึงมีข้อจำกัดในการประสานขอความช่วยเหลือไปยังภาคเอกชนก่อน จะเป็นในรูปแบบการตั้งรับ ช่วยเหลือ สนับสนุน ให้ความร่วมมือ อำนาจความสะดวกแก่องค์กรภาคธุรกิจมากกว่า มุมมองของข้าราชการบางคนเหมือนเป็นการไปเพิ่มงาน และก็ยังขาดการเชื่อมต่อ ประสานงาน

การจะทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กรมอุทยานฯ คงจะบอกได้แต่จุดมุ่งหมาย (Destination) ในการศึกษาธรรมชาติในเส้นทางต่างๆ แต่การสร้างควมตระหนักยังไม่ค่อยมี คงจะต้องเพิ่มในจุดนี้ ซึ่งก็เป็นปัญหาจากการขาดแคลนในเรื่องของบุคลากร เพราะเป็นเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าโดยเฉพาะพื้นที่เปราะบาง พื้นที่อันตราย ที่เน้นภารกิจหลักของการปกป้องดูแลพื้นที่อุทยานฯ ยังไปไม่ถึงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยวหรือแม้กับเจ้าหน้าที่เอง การขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การขาดอาสาสมัครเพราะอุปนิสัยคนไทยต่างจากชาวต่างประเทศในการทำด้วยใจ ทำด้วยความทุ่มเท เราไม่มีเงินค่าจ้างให้ ไม่มีผลประโยชน์ให้ เช่น ที่เขาใหญ่มีเจ้าหน้าที่ 400 คน ก็ได้แบ่งมาดูแลนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งแล้ว ก็ทำให้งานลาดตระเวนดูแลปกป้องพื้นที่ซึ่งเป็นภาระกิจหลัก มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ เช่น แก่งกระจานมีพื้นที่ 2 ล้านไร่ แต่มีคนดูแลแค่ 4 คน ภายใต้งบประมาณที่จำกัด คงต้องจัดสรรจัดการตรงนี้ให้คุ้มค่าที่สุด เกิดประโยชน์สูงสุดในการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติ และแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ที่เขาใหญ่ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) มีนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 30,000 คน ซึ่งก็มีเจ้าหน้าที่ไม่พอเพียงในการดูแลนักท่องเที่ยว

การทำกระเช้าขึ้นภูกระดึง

อัตลักษณ์ของภูกระดึงคือการเดินขึ้น 10 กิโลเมตร เพื่อชื่นชมธรรมชาติอย่างใกล้ชิดและสร้างความภาคภูมิใจ บางคนคิดว่าทำไมไม่เปิดโอกาสให้คนทุกเพศทุกวัยเข้าถึง แต่ในมุมมองของนักอนุรักษ์ ในฤดูการท่องเที่ยวปกติที่ผ่านๆ มา เคยมีนักท่องเที่ยวมากถึง 1 หมื่นคน : วัน ซึ่งการรองรับและการบริหารจัดการก็ยากมากแล้ว แต่หากมีกระเช้าขึ้น ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Capacity) จะทำได้ยากลำบากมาก พื้นที่ทางธรรมชาติที่เข้าถึงได้ยากก็จะถูกทำลาย ซึ่งการฟื้นฟูทางธรรมชาติทำได้ยากและใช้เวลานานสร้างแล้วคุ้มค่าไหม จะจำกัดปริมาณคนเข้ามาได้ไหม กฎ ระเบียบข้อบังคับ จะควบคุมได้แค่ไหนเพราะจำนวนเจ้าหน้าที่มีจำกัด การบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ความงดงามตามธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นก็หมดไปเพราะเห็นแต่คน ควรให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับความสวยงามตามธรรมชาติอย่างใกล้ชิดแล้วนำไปบอกต่อถึงความสวยงาม ความประทับใจดีกว่า

อยากฝากอะไรถึงผู้เกี่ยวข้อง

เจ้าหน้าที่เมื่อได้มีการคัดกรองเข้ามาแล้วจะมีการอบรมเพิ่มเติมในเรื่องต่างๆ อยากให้บุคลากรเรียนรู้เรื่องต่างๆ และนำไปใช้ให้มีประสิทธิภาพ

สำหรับนักท่องเที่ยวควรตระหนักรู้ถึงความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติ ปฏิบัติตนให้อยู่ในกฎระเบียบต่างๆ ช่วยกันอนุรักษ์ รักษาไว้ให้เหลือถึงคนรุ่นหลังต่อๆ ได้ ชื่นชมบ้าง อย่าทำลาย และเมื่อมาเห็นซึ่งความสวยงามแล้วควรจะพูดต่อ

การปฏิบัติของผู้ที่อยู่ในชุมชนควรมีมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งการซื้อ-ขาย และร่วมมือกันพัฒนาในการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ซึ่งคนในชุมชนก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวด้วย

แม้ว่านโยบายและงบประมาณจะให้ความสำคัญกับการป้องกัน ดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติ แต่ก็เห็นว่าทางอุทยานฯ ควรจะมีการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเพิ่มเส้นทางศึกษาธรรมชาติ การพัฒนาบางพื้นที่เส้นทางประวัติศาสตร์ที่มีในอุทยานฯ ด้วย ซึ่งทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับหัวหน้าอุทยานฯ ที่ต้องมีความใส่ใจและกระตือรือร้น เพื่อพัฒนาในงบประมาณที่

จะใช้ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงให้ได้ อย่างไรก็ตามเรื่องการประชุมผ่านสื่อต่างๆ ยังไม่ดี จึงควรปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

ตารางที่ 4.1 ความถี่และร้อยละจำแนกตามการทำงาน

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
ภาครัฐ	136	34.0
ภาคเอกชน	104	26.0
ธุรกิจส่วนตัว	102	25.5
อื่นๆ	58	14.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำงาน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ซึ่งการทำงานในภาครัฐมีมากที่สุด คือ ภาครัฐ ร้อยละ 34 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.2 ความถี่และร้อยละจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	189	47.3
หญิง	211	52.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งเพศที่มีมากที่สุด คือ เพศหญิง ร้อยละ 52.8 และน้อยที่สุดคือ เพศชาย มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.3 ความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	143	35.8
31-40 ปี	147	36.8
41-50 ปี	75	18.8
มากกว่า 50 ปี	35	8.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ซึ่ง อายุ 31-40 ปี มีมากที่สุด คือ ร้อยละ 36.8 น้อยที่สุดคือมากกว่า 50 ปี มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละจำแนกตามการศึกษา

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	29.0
ปริญญาตรี	247	61.8
ปริญญาโท	36	9.0
ปริญญาเอก	1	.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.8 น้อยที่สุดคือ ปริญญาเอก มีซึ่งรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15000 บาท	120	36.5
15000-25000 บาท	146	30.0
25001-35000 บาท	83	20.8
35001-45000 บาท	28	7.0
45001 บาทขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ซึ่งมีมากที่สุดคือ มีรายได้ 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 30.0 น้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.6 ความถี่และร้อยละจำแนกตามสถานะภาพ

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
โสด	215	53.8
สมรส	179	44.8
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะภาพ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม มีมากที่สุดคือโสด ร้อยละ 53.8 น้อยที่สุดคืออื่นๆ มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.7 ความถี่และร้อยละจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
มาคนเดียว	23	5.8
มากับคนรัก	67	16.8
มากับครอบครัว	133	33.3
มากับเพื่อน	177	44.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ มากับเพื่อน ร้อยละ 44.3 น้อยที่สุดคือ มาคนเดียว มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.8 ความถี่และร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
1-2 วัน	315	78.8
3-4 วัน	72	18.0
5 วันขึ้นไป	7	1.8
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ 1-2 วัน ร้อยละ 78.8 น้อยที่สุดคือ อื่นๆ มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.9 ความถี่และร้อยละจำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ก่อนครั้งนี้

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
เคย	341	85.3
ไม่เคย	59	14.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตามประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ก่อนครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม มีมากที่สุดคือเคย ร้อยละ 85.3 น้อยที่สุดคือ ไม่เคย มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.10 ความถี่และร้อยละจำแนกตามเรียงลำดับตามความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติ

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ
ทะเล	191	47.8
ภูเขา	121	30.3

น้ำตก	56	14.0
ถ้ำ	4	1.0
ทุ่งดอกไม้	11	2.8
ทะเลสาบ	7	1.8
สิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ	10	2.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่าลำดับตามความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติแบ่งเป็น 7 กลุ่ม มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวทะเลเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 47.8 น้อยที่สุดคือ ถ้ำ มีรายละเอียดดังตาราง



ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	N	Mean	Std. Deviation
คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	400	3.32	.794
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	400	3.09	.748
มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	400	3.15	.794
ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	400	3.15	.822
มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	400	3.14	.804
เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	400	2.99	.883
มีโอกาสนำศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	400	3.13	.789
ความเข้าใจอย่างแท้จริงทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง	400	3.07	.853
จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	400	3.70	.826
การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	400	3.57	.788

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการจดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับหลักการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	N	Mean	Std. Deviation
การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	400	3.88	.835
การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย	400	3.79	.834
การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ	400	3.86	.851
การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว	400	3.55	.790
การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น	400	3.53	.852
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	400	3.30	.830
การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	400	3.31	.788
การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดคล้องแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน	400	3.22	.889
การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ	400	3.47	.890
การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค	400	3.35	.793

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับหลักการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก
ที่สุด ในประเด็นการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น
ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น	N	Mean	Std. Deviation
แสดงความเป็นมิตร	400	3.82	.710
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	400	3.72	.675
ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	400	3.74	.750
ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	400	3.94	.855

ส่งเสริมและฟื้นฟูชนบทธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	400	3.60	.829
งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร	400	4.01	.926
ชื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	400	3.79	.847
ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	400	3.46	.728
ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	400	4.02	.881
ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	400	3.82	.906

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังตาราง

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 6 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 1 ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีรูปแบบความสัมพันธ์คลึงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

Variable	Estimate	Standard Error	Critical Ratio	R ²	P
V25	1.00		-	0.401	***
V26	1.17	0.089	13.165	0.488	***
V30	1.37	0.111	12.360	0.675	***
V31	1.45	0.119	12.266	0.651	***
V32	1.05	0.105	10.045	0.368	***
V34	1.00		-	0.235	***
V35	0.91	0.079	11.710	0.199	***
V39	1.83	0.204	9.010	0.799	***
V40	1.57	0.170	9.277	0.655	***

*** p<0.05

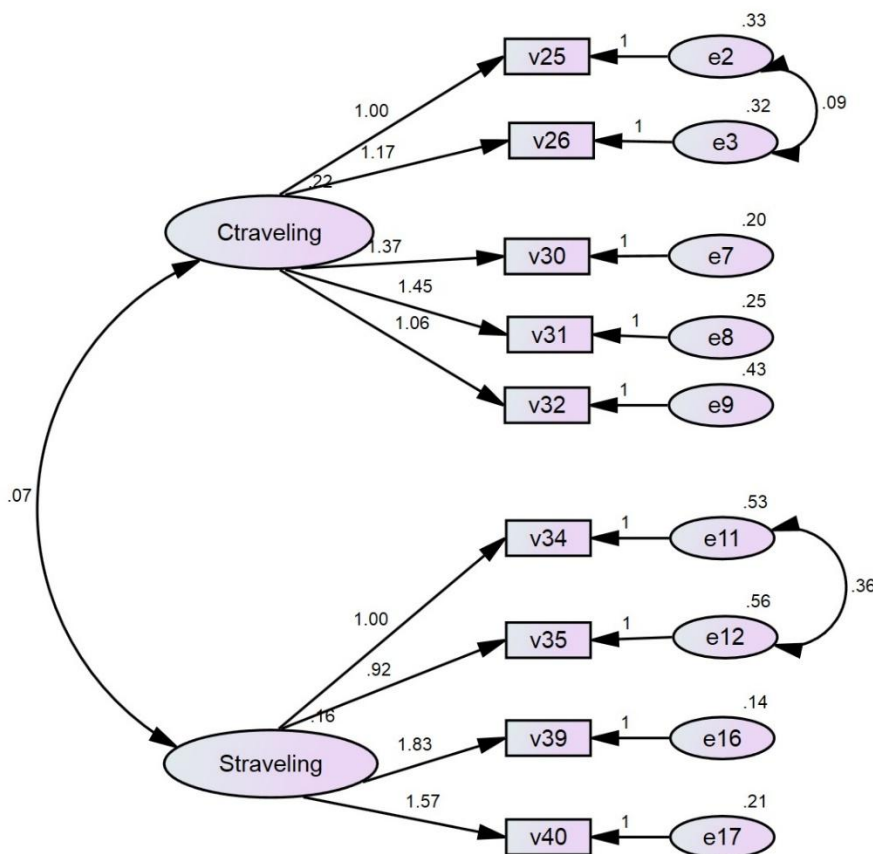
การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีขั้นตอนเริ่มจากการนำตัวแปรนำเข้าของ ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากกรอบแนวคิด จำนวน 10 ตัว ซึ่งประกอบด้วย ความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (v24) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (v25) ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (v26) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (v27) การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน ส่งต่อ ประสบการณ์ (v28) การเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (v29) การที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (v30) การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง (v31) การจดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ (v32) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (v33) และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จำนวน 10 ตัว ซึ่งประกอบด้วย การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (v34) การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย (v35) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ

(v36) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (v37) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (v38) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (v39) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (v40) การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติแบบยั่งยืน (v41) การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ (v42) การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ (v43) รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน จำนวน 20 ตัว มาทำการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยัน ภายใต้ข้อตกลงเบื้องต้นคือ ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน ตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมดเป็นผลทางตรงจาก common factors ทุกตัว จากนั้นทำการตรวจสอบความเหมาะสมของตัววัดที่วัดได้ โดยดูจากค่า factor loading ที่สูงกว่า 0.7 และปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ของตัวแปรนำเข้าไปเพื่อให้ model fit โดยวิเคราะห์จากค่าดัชนี ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (estimate) ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อัตราส่วนวิกฤต (critical ratio or z-statistics) CMIN Chi-square/df GFI AGFI RMR CFI Pclose และ RMSEA ตัวแปรนำเข้าไปที่ไม่เข้าเกณฑ์จะถูกตัดออกจากโมเดล

เมื่อพิจารณาอิทธิพลขององค์ประกอบตัวแปรที่สังเกตได้ ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (v24) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (v25) ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (v26) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (v27) การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ (v28) การเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (v29) การที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (v30) การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง (v31) การจดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ (v32) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (v33) พบว่าปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (v25) ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (v26) การที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (v30) การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง (v31) การจดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ (v32) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ 1.0-1.454 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อยู่ระหว่างร้อยละ 36.8 ถึงร้อยละ 67.5 โดยมีค่า factor loading ของตัวแปรที่เหลืออยู่ เท่ากับ 1.0 1.17 1.37 1.45 1.06 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลขององค์ประกอบตัวแปรที่สังเกตได้ ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งประกอบด้วย การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (v34) การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย (v35) การรักษาและส่งเสริมความ

หลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (v36) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (v37) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (v38) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (v39) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (v40) การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติแบบยั่งยืน (v41) การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ (v42) การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ (v43) พบว่าปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (v34) การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย (v35) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (v39) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (v40) ซึ่งมีระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ 0.91-1.83 สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อยู่ระหว่างร้อยละ 19.9 ถึงร้อยละ 79.9 โดยมีค่า factor loading ของตัวแปรที่เหลืออยู่ เท่ากับ 1.0 0.92 1.83 1.57 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.2 ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

หากพิจารณาความกลมกลืนของรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามที่ปรากฏ พบว่าค่าดัชนี CMIN Chi-square/df GFI AGFI RMR CFI Pclose และ RMSEA ผ่านข้อกำหนดทุกดัชนี แสดงถึงรูปแบบที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมี factor loading และ error ตามภาพด้านบน



ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

Index	Threshold	Statistic results	Conclusion
CMIN	<5	1.526	Pass
Chi-square/df	<2	1.52	Pass
GFI	≤ 1	0.981	Pass
AGFI	>0.9	0.964	Pass
RMR	<0.05	0.03	Pass
CFI	>0.95	0.992	Pass
Pclose	>0.05	0.827	Pass
RMSEA	<0.05	0.036	Pass

ในการพิจารณาความกลมกลืนของรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ใช้ที่มาตามเกณฑ์ในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 4.16 เกณฑ์การพิจารณาความกลมกลืนของรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัย

Index	Meaning	Threshold	Reference
CMIN	Minimum value of discrepancy	<5	Wheaton et. al. (1977)
Chi-square/df	Minimum value of discrepancy/degree of freedom	<2	Byrne (1989)
GFI	Goodness of fit index	≤ 1	Joreskog and Sorbom (1984)
AGFI	Adjust goodness of fit index	>0.9	AMOS reference
RMR	Root mean square residual	<0.05	AMOS reference
CFI	Comparative fix index	>0.95	Bentler (1990)
Pclose	Probability of close fit	<0.05	AMOS reference

RMSEA	Root mean square error of approximation	<0.05	Browne and Cudeck (1993)
-------	---	-------	--------------------------

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การทำงาน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานะภาพ ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว การมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติ

แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ มีความเข้าใจใน **คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** ได้แก่ มีความเข้าใจในคุณสมบัติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์ เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง จดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

สมมติฐานที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปด้านการทำงานไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.17 การทำงาน * แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. มีความเข้าใจใน คุณสมบัติของการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	Between Groups	.843	3	.281	.444	.722
	Within Groups	250.555	396	.633		
2. การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	1.473	3	.491	.877	.453
	Within Groups	221.637	396	.560		
3. มีความเข้าใจอย่าง ลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของ พื้นที่ท่องเที่ยว	Between Groups	.790	3	.263	.416	.742
	Within Groups	250.907	396	.634		
4. ประสบการณ์จาก การมีส่วนร่วม	Between Groups	.822	3	.274	.404	.750
	Within Groups	268.768	396	.679		
5. มีการแลกเปลี่ยน ข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อ ประสบการณ์	Between Groups	.206	3	.069	.105	.957
	Within Groups	257.954	396	.651		
6. เป็นผู้เข้าร่วม กิจกรรมมากกว่าเป็น ผู้ชม	Between Groups	.316	3	.105	.134	.940
	Within Groups	310.622	396	.784		
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาส พัฒนาศักยภาพในการ สร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ	Between Groups	.382	3	.127	.203	.894
	Within Groups	248.116	396	.627		
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ใน กระบวนการผลิตและ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มี ประสบการณ์จริง	Between Groups	.758	3	.253	.346	.792
	Within Groups	289.282	396	.731		
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	Between Groups	2.024	3	.675	.988	.398
	Within Groups	270.373	396	.683		

10. ควรจะท่องเที่ยว แบบจำเพาะเจาะจง	Between Groups	4.603	3	1.534	2.496	.059
	Within Groups	243.437	396	.615		

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านการทำงาน ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 2.2 ข้อมูลทั่วไปด้านเพศไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.18 เพศ * แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การท่องเที่ยว	Equal variances assumed	1.436	.231	1.269	398	.205
	Equal variances not assumed			1.266	390.049	.206
ผู้เข้าชมวัฒนธรรม	Equal variances assumed	.225	.635	.393	398	.695
	Equal variances not assumed			.391	385.583	.696
วัฒนธรรมของพื้นที่	Equal variances assumed	.047	.828	-.734	398	.464
	Equal variances not assumed			-.735	394.786	.463
ประสบการณ์	Equal variances assumed	.026	.872	-1.637	398	.102
	Equal variances not assumed			-1.632	388.236	.103
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Equal variances assumed	.945	.332	-1.053	398	.293
	Equal variances not assumed			-1.054	394.047	.292
เข้าร่วมกิจกรรม	Equal variances assumed	.008	.927	-.526	398	.599
	Equal variances not assumed			-.526	394.266	.599
พัฒนา	Equal variances assumed	4.197	.041	-2.309	398	.021*

ศัภษภาพ	Equal variances not assumed			-2.311	394.520	.021
เข้าใจอย่าง ถ่องแท้	Equal variances assumed	.541	.462	-.731	398	.465
	Equal variances not assumed			-.731	392.001	.465
จดจำ	Equal variances assumed	.000	1.000	-1.314	398	.190
	Equal variances not assumed			-1.313	392.265	.190
จำเพาะ เจาะจง	Equal variances assumed	.002	.960	-.727	398	.467
	Equal variances not assumed			-.727	393.243	.467

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์

ยกเว้น การพัฒนาศัภษภาพ



สมมติฐานที่ 2.3 ข้อมูลทั่วไปด้านอายุไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.19 อายุ*แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. มีความเข้าใจใน คุณสมบัติของการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	Between Groups	1.600	3	.533	.846	.470
	Within Groups	249.797	396	.631		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	.476	3	.159	.282	.838
	Within Groups	222.634	396	.562		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	.251	3	.084	.132	.941
	Within Groups	251.447	396	.635		
ประสบการณ์	Between Groups	.544	3	.181	.267	.849
	Within Groups	269.046	396	.679		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	.534	3	.178	.274	.844
	Within Groups	257.626	396	.651		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	1.221	3	.407	.520	.669
	Within Groups	309.717	396	.782		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	.581	3	.194	.309	.819
	Within Groups	247.916	396	.626		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	.938	3	.313	.428	.733
	Within Groups	289.102	396	.730		
จดจำ	Between Groups	3.282	3	1.094	1.610	.187
	Within Groups	269.116	396	.680		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	5.821	3	1.940	3.172	.024*
	Within Groups	242.219	396	.612		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง



สมมติฐานที่ 2.4 ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษาไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.20 การศึกษา* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การท่องเที่ยว	Between Groups	1.448	3	.483	.765	.514
	Within Groups	249.949	396	.631		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	.722	3	.241	.428	.733
	Within Groups	222.388	396	.562		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	.731	3	.244	.385	.764
	Within Groups	250.966	396	.634		
ประสบการณ์	Between Groups	3.221	3	1.074	1.596	.190
	Within Groups	266.369	396	.673		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	2.975	3	.992	1.539	.204
	Within Groups	255.185	396	.644		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	2.530	3	.843	1.083	.356
	Within Groups	308.407	396	.779		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	.246	3	.082	.131	.942
	Within Groups	248.252	396	.627		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	2.314	3	.771	1.062	.365
	Within Groups	287.726	396	.727		
จดจำ	Between Groups	.671	3	.224	.326	.807
	Within Groups	271.727	396	.686		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	1.778	3	.593	.953	.415
	Within Groups	246.262	396	.622		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษา ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



สมมติฐานที่ 2.5 ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.21 รายได้* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การท่องเที่ยว	Between Groups	5.370	4	1.342	2.155	.073
	Within Groups	246.028	395	.623		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	2.303	4	.576	1.030	.391
	Within Groups	220.807	395	.559		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	.775	4	.194	.305	.875
	Within Groups	250.923	395	.635		
ประสบการณ์	Between Groups	1.522	4	.380	.561	.691
	Within Groups	268.068	395	.679		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	1.939	4	.485	.747	.560
	Within Groups	256.221	395	.649		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	.562	4	.141	.179	.949
	Within Groups	310.375	395	.786		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	1.593	4	.398	.637	.636
	Within Groups	246.904	395	.625		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	1.867	4	.467	.640	.634
	Within Groups	288.173	395	.730		
จดจำ	Between Groups	3.639	4	.910	1.337	.255
	Within Groups	268.758	395	.680		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	3.033	4	.758	1.222	.301
	Within Groups	245.007	395	.620		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์



สมมติฐานที่ 2.6 ข้อมูลทั่วไปด้านสถานะภาพไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.22 สถานะภาพ* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การท่องเที่ยว	Between Groups	.982	4	.245	.387	.818
	Within Groups	250.416	395	.634		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	1.786	4	.446	.797	.528
	Within Groups	221.324	395	.560		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	1.396	4	.349	.551	.698
	Within Groups	250.301	395	.634		
ประสบการณ์	Between Groups	1.410	4	.353	.519	.722
	Within Groups	268.180	395	.679		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	4.240	4	1.060	1.649	.161
	Within Groups	253.920	395	.643		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	5.414	4	1.353	1.750	.138
	Within Groups	305.524	395	.773		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	1.445	4	.361	.577	.679
	Within Groups	247.053	395	.625		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	3.526	4	.881	1.215	.304
	Within Groups	286.514	395	.725		
จดจำ	Between Groups	7.313	4	1.828	2.724	.029*
	Within Groups	265.084	395	.671		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	2.894	4	.724	1.166	.325
	Within Groups	245.146	395	.621		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านสถานะภาพ ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การจดจำ



สมมติฐานที่ 2.7 ข้อมูลทั่วไปด้านผู้ร่วมเดินทางไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.23 ผู้ร่วมเดินทาง* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การท่องเที่ยว	Between Groups	5.258	3	1.753	2.820	.039*
	Within Groups	246.139	396	.622		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	1.369	3	.456	.815	.486
	Within Groups	221.741	396	.560		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	6.552	3	2.184	3.528	.015*
	Within Groups	245.146	396	.619		
ประสบการณ์	Between Groups	4.218	3	1.406	2.098	.100
	Within Groups	265.372	396	.670		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	5.756	3	1.919	3.010	.030*
	Within Groups	252.404	396	.637		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	.724	3	.241	.308	.820
	Within Groups	310.214	396	.783		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	1.311	3	.437	.700	.553
	Within Groups	247.187	396	.624		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	2.123	3	.708	.974	.405
	Within Groups	287.917	396	.727		
จดจำ	Between Groups	4.217	3	1.406	2.076	.103
	Within Groups	268.180	396	.677		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	3.075	3	1.025	1.657	.176
	Within Groups	244.965	396	.619		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านผู้ร่วมเดินทาง ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล



สมมติฐานที่ 2.8 ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.24 ระยะเวลา* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig
การท่องเที่ยว	Between Groups	3.049	3	1.016	1.621	.184
	Within Groups	248.348	396	.627		
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Between Groups	.081	3	.027	.048	.986
	Within Groups	223.029	396	.563		
วัฒนธรรมของพื้นที่	Between Groups	2.262	3	.754	1.197	.311
	Within Groups	249.435	396	.630		
ประสบการณ์	Between Groups	2.212	3	.737	1.092	.352
	Within Groups	267.378	396	.675		
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Between Groups	2.868	3	.956	1.483	.219
	Within Groups	255.292	396	.645		
เข้าร่วมกิจกรรม	Between Groups	.537	3	.179	.229	.876
	Within Groups	310.400	396	.784		
พัฒนาศักยภาพ	Between Groups	.248	3	.083	.132	.941
	Within Groups	248.249	396	.627		
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Between Groups	3.548	3	1.183	1.635	.181
	Within Groups	286.492	396	.723		
จดจำ	Between Groups	1.507	3	.502	.734	.532
	Within Groups	270.891	396	.684		
จำเพาะเจาะจง	Between Groups	1.446	3	.482	.774	.509
	Within Groups	246.594	396	.623		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลา ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์



สมมติฐานที่ 2.9 ข้อมูลทั่วไปด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.25 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การท่องเที่ยว	Equal variances assumed	.112	.739	1.786	398	.075
	Equal variances not assumed			1.723	77.218	.089
ผู้เข้าชม วัฒนธรรม	Equal variances assumed	.906	.342	2.857	398	.005*
	Equal variances not assumed			2.644	74.990	.010
วัฒนธรรม ของพื้นที่	Equal variances assumed	.203	.653	1.780	398	.076
	Equal variances not assumed			1.628	74.400	.108
ประสบการณ์	Equal variances assumed	.007	.933	1.297	398	.195
	Equal variances not assumed			1.223	75.977	.225
แลกเปลี่ยน ข้อมูล	Equal variances assumed	1.815	.179	1.098	398	.273
	Equal variances not assumed			1.117	80.565	.267
เข้าร่วม กิจกรรม	Equal variances assumed	4.698	.031	1.000	398	.318
	Equal variances not assumed			.886	72.910	.378
พัฒนา ศักยภาพ	Equal variances assumed	3.676	.056	2.431	398	.016*
	Equal variances not assumed			2.014	70.181	.048
เข้าใจอย่าง ถ่องแท้	Equal variances assumed	12.769	.000	2.350	398	.019
	Equal variances not assumed			1.901	69.324	.061
จดจำ	Equal variances assumed	2.037	.154	1.737	398	.083
	Equal variances not assumed			1.617	75.293	.110
จำเพาะ เจาะจง	Equal variances assumed	.525	.469	1.366	398	.173
	Equal variances not assumed			1.299	76.440	.198

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการเคยมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การรู้ข้ามวัฒนธรรม การพัฒนาศักยภาพ



สมมติฐานที่ 2.10 ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล)ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.26 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล)* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การท่องเที่ยว	Equal variances assumed	1.896	.169	2.437	398	.015*
	Equal variances not assumed			2.438	396.999	.015
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Equal variances assumed	6.022	.015	2.206	398	.028*
	Equal variances not assumed			2.213	397.767	.027
วัฒนธรรมของพื้นที่	Equal variances assumed	7.466	.007	3.242	398	.001*
	Equal variances not assumed			3.244	396.977	.001
ประสบการณ์	Equal variances assumed	3.205	.074	2.448	398	.015*
	Equal variances not assumed			2.446	394.300	.015
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Equal variances assumed	3.366	.067	2.000	398	.046*
	Equal variances not assumed			2.005	398.000	.046
เข้าร่วมกิจกรรม	Equal variances assumed	.000	.998	.293	398	.770
	Equal variances not assumed			.293	397.446	.769
พัฒนาศักยภาพ	Equal variances assumed	.332	.565	1.730	398	.084
	Equal variances not assumed			1.728	394.239	.085
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Equal variances assumed	.134	.714	1.944	398	.053
	Equal variances not assumed			1.942	394.023	.053
จดจำ	Equal variances assumed	4.509	.034	2.886	398	.004*
	Equal variances not assumed			2.877	387.703	.004
จำเพาะเจาะจง	Equal variances assumed	.207	.649	.762	398	.446

Equal variances not assumed			.761	393.554	.447
-----------------------------	--	--	------	---------	------

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไป ด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล) มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น เข้าร่วมกิจกรรม พัฒนาศักยภาพ เข้าใจอย่างถ่องแท้ และจำเพาะเจาะจง

สมมติฐานที่ 2.11 ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา)ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.27 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา)* แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การท่องเที่ยว	Equal variances assumed	5.066	.025	-2.969	398	.003*
	Equal variances not assumed			-2.841	199.881	.005
รู้ข้ามวัฒนธรรม	Equal variances assumed	4.957	.027	-.728	398	.467
	Equal variances not assumed			-.677	188.845	.499
วัฒนธรรมของพื้นที่	Equal variances assumed	4.318	.038	-2.220	398	.027*
	Equal variances not assumed			-2.176	210.096	.031
ประสบการณ์	Equal variances assumed	1.950	.163	-2.400	398	.017*
	Equal variances not assumed			-2.396	218.510	.017
แลกเปลี่ยนข้อมูล	Equal variances assumed	9.146	.003	-2.536	398	.012*
	Equal variances not assumed			-2.392	194.102	.018
เข้าร่วมกิจกรรม	Equal variances assumed	.688	.407	-.804	398	.422
	Equal variances not assumed			-.776	203.363	.439

พัฒนาศักยภาพ	Equal variances assumed	4.500	.035	-1.385	398	.167
	Equal variances not assumed			-1.327	200.568	.186
เข้าใจอย่างถ่องแท้	Equal variances assumed	1.578	.210	-.480	398	.631
	Equal variances not assumed			-.463	202.300	.644
จดจำ	Equal variances assumed	.008	.927	-2.361	398	.019*
	Equal variances not assumed			-2.309	208.908	.022
จำเพาะเจาะจง	Equal variances assumed	1.996	.159	.453	398	.651
	Equal variances not assumed			.435	201.507	.664

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไป ด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติด้านที่ 2 (ภูเขา) ไม่มีผลต่อ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การท่องเที่ยว วัฒนธรรมของพื้นที่ ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนข้อมูล และจดจำ

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

สมมติฐานที่ 3.1 ข้อมูลทั่วไปด้านการทำงานไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.28 การทำงาน* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	1.007	3	.336	.479	.697
	Within Groups	277.233	396	.700		
ลดทรัพยากร	Between Groups	.821	3	.274	.391	.759
	Within Groups	276.956	396	.699		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	2.260	3	.753	1.041	.374
	Within Groups	286.618	396	.724		
การประสาน	Between Groups	2.307	3	.769	1.235	.297
	Within Groups	246.591	396	.623		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	8.882	3	2.961	4.175	.006*
	Within Groups	280.815	396	.709		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	6.837	3	2.279	3.363	.019*
	Within Groups	268.353	396	.678		
ความร่วมมือ	Between Groups	4.217	3	1.406	2.287	.078
	Within Groups	243.343	396	.615		
การฝึกอบรม	Between Groups	11.243	3	3.748	4.882	.002*
	Within Groups	303.955	396	.768		
การให้เผยแพร่	Between Groups	5.581	3	1.860	2.375	.070
	Within Groups	310.169	396	.783		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	5.63	3	1.854	2.32	.080
	Within Groups	310.169	396	.843		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการทำงาน ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการฝึกอบรมบุคลากร

สมมติฐานที่ 3.2 ข้อมูลทั่วไปด้านเพศไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.29 เพศ* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การอนุรักษ์	Equal variances assumed	.501	.479	-.518	398	.605
	Equal variances not assumed			-.516	387.289	.606
ลดทรัพยากร	Equal variances assumed	.075	.785	.506	398	.613
	Equal variances not assumed			.505	392.306	.614
รักษาและ ส่งเสริม	Equal variances assumed	.768	.381	-.125	398	.900
	Equal variances not assumed			-.126	395.565	.900
การประสาน	Equal variances assumed	.192	.661	1.854	398	.064
	Equal variances not assumed			1.856	394.788	.064
รองรับ กิจกรรม	Equal variances assumed	.583	.446	.976	398	.330
	Equal variances not assumed			.979	396.883	.328
การมีส่วนร่วม	Equal variances assumed	2.243	.135	.873	398	.383
	Equal variances not assumed			.870	384.877	.385
ความร่วมมือ	Equal variances assumed	.322	.571	.942	398	.347
	Equal variances not assumed			.941	391.500	.347
การฝึกอบรม	Equal variances assumed	.053	.818	.670	398	.503
	Equal variances not assumed			.670	394.667	.503
การให้ เผยแพร่	Equal variances assumed	.025	.875	.813	398	.417
	Equal variances not assumed			.814	395.012	.416

การวิจัยและ ติดตามผล	Equal variances assumed	.052	.775	.713	398	.453
	Equal variances not assumed			.715	395.012	.435

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 3.3 ข้อมูลทั่วไปด้านอายุไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.30 อายุ* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	.623	3	.208	.296	.828
	Within Groups	277.617	396	.701		
ลดทรัพยากร	Between Groups	.351	3	.117	.167	.918
	Within Groups	277.426	396	.701		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	.873	3	.291	.400	.753
	Within Groups	288.004	396	.727		
การประสาน	Between Groups	.698	3	.233	.371	.774
	Within Groups	248.199	396	.627		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	1.720	3	.573	.789	.501
	Within Groups	287.977	396	.727		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	.464	3	.155	.223	.880
	Within Groups	274.726	396	.694		
ความร่วมมือ	Between Groups	.464	3	.155	.248	.863
	Within Groups	247.096	396	.624		
การฝึกอบรม	Between Groups	1.064	3	.355	.447	.720
	Within Groups	314.134	396	.793		
การให้เผยแพร่	Between Groups	1.650	3	.550	.693	.556
	Within Groups					

	Within Groups	314.100	396	.793		
การวิจัยและ ติดตามผล	Between Groups	1.753	3	.650	.693	.556
	Within Groups	256.160	396	.592		

จากรายสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



สมมติฐานที่ 3.4 ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษาไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.31 การศึกษา* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	2.565	3	.855	1.228	.299
	Within Groups	275.675	396	.696		
ลดทรัพยากร	Between Groups	1.480	3	.493	.707	.548
	Within Groups	276.298	396	.698		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	1.447	3	.482	.665	.574
	Within Groups	287.430	396	.726		
การประสาน	Between Groups	2.450	3	.817	1.312	.270
	Within Groups	246.448	396	.622		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	1.099	3	.366	.503	.681
	Within Groups	288.598	396	.729		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	4.932	3	1.644	2.409	.067
	Within Groups	270.258	396	.682		
ความร่วมมือ	Between Groups	5.033	3	1.678	2.739	.043*
	Within Groups	242.527	396	.612		
การฝึกอบรม	Between Groups	2.787	3	.929	1.177	.318
	Within Groups	312.411	396	.789		
การให้เผยแพร่	Between Groups	4.486	3	1.495	1.902	.129
	Within Groups	311.264	396	.786		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	4.486	3	.495	2.904	.429
	Within Groups	311.264	396	.686		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษา ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น ความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง



สมมติฐานที่ 3.5 ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.32 รายได้* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	4.980	4	1.245	1.800	.128
	Within Groups	273.260	395	.692		
ลดทรัพยากร	Between Groups	4.568	4	1.142	1.651	.161
	Within Groups	273.209	395	.692		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	3.893	4	.973	1.349	.251
	Within Groups	284.985	395	.721		
การประสาน	Between Groups	.855	4	.214	.340	.851
	Within Groups	248.042	395	.628		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	2.116	4	.529	.727	.574
	Within Groups	287.581	395	.728		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	6.459	4	1.615	2.373	.052
	Within Groups	268.731	395	.680		
ความร่วมมือ	Between Groups	2.554	4	.638	1.029	.392
	Within Groups	245.006	395	.620		
การฝึกอบรม	Between Groups	4.368	4	1.092	1.388	.237
	Within Groups	310.830	395	.787		
การให้เผยแพร่	Between Groups	6.733	4	1.683	2.152	.074
	Within Groups	309.017	395	.782		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	6.733	4	.683	1.155	.086
	Within Groups	309.017	395	.761		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



สมมติฐานที่ 3.6 ข้อมูลทั่วไปด้านสถานะภาพไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.33 สถานะภาพ* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	2.059	4	.515	.736	.568
	Within Groups	276.181	395	.699		
ลดทรัพยากร	Between Groups	.768	4	.192	.274	.895
	Within Groups	277.010	395	.701		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	1.401	4	.350	.481	.749
	Within Groups	287.476	395	.728		
การประสาน	Between Groups	5.147	4	1.287	2.085	.082
	Within Groups	243.750	395	.617		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	8.318	4	2.080	2.919	.021*
	Within Groups	281.379	395	.712		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	2.845	4	.711	1.032	.391
	Within Groups	272.345	395	.689		
ความร่วมมือ	Between Groups	3.766	4	.941	1.525	.194
	Within Groups	243.794	395	.617		
การฝึกอบรม	Between Groups	9.217	4	2.304	2.975	.019*
	Within Groups	305.981	395	.775		
การให้เผยแพร่	Between Groups	6.858	4	1.715	2.192	.069
	Within Groups	308.892	395	.782		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	6.858	4	1.213	2.995	.085
	Within Groups	308.892	395	.687		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านสถานะภาพ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน

ยกเว้น รองรับกิจกรรม และการฝึกอบรมบุคลากร



สมมติฐานที่ 3.7 ข้อมูลทั่วไปด้านผู้ร่วมเดินทางไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.34 ผู้ร่วมเดินทาง* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	1.105	3	.368	.526	.664
	Within Groups	277.135	396	.700		
ลดทรัพยากร	Between Groups	3.247	3	1.082	1.561	.198
	Within Groups	274.531	396	.693		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	3.907	3	1.302	1.810	.145
	Within Groups	284.970	396	.720		
การประสาน	Between Groups	1.700	3	.567	.908	.437
	Within Groups	247.198	396	.624		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	3.894	3	1.298	1.799	.147
	Within Groups	285.803	396	.722		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	2.586	3	.862	1.252	.290
	Within Groups	272.604	396	.688		
ความร่วมมือ	Between Groups	1.379	3	.460	.739	.529
	Within Groups	246.181	396	.622		
การฝึกอบรม	Between Groups	3.343	3	1.114	1.415	.238
	Within Groups	311.855	396	.788		
การให้เผยแพร่	Between Groups	3.602	3	1.201	1.523	.208
	Within Groups	312.148	396	.788		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	3.602	3	1.304	.726	.214
	Within Groups	312.148	396	.684		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านผู้ร่วมเดินทาง ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน



สมมติฐานที่ 3.8 ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.35 ระยะเวลา* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การอนุรักษ์	Between Groups	1.142	3	.381	.544	.653
	Within Groups	277.098	396	.700		
ลดทรัพยากร	Between Groups	2.923	3	.974	1.404	.241
	Within Groups	274.854	396	.694		
รักษาและส่งเสริม	Between Groups	2.547	3	.849	1.174	.319
	Within Groups	286.330	396	.723		
การประสาน	Between Groups	4.478	3	1.493	2.418	.066
	Within Groups	244.419	396	.617		
รองรับกิจกรรม	Between Groups	3.486	3	1.162	1.608	.187
	Within Groups	286.211	396	.723		
การมีส่วนร่วม	Between Groups	.968	3	.323	.466	.706
	Within Groups	274.222	396	.692		
ความร่วมมือ	Between Groups	4.752	3	1.584	2.583	.053
	Within Groups	242.808	396	.613		
การฝึกอบรม	Between Groups	4.224	3	1.408	1.793	.148
	Within Groups	310.973	396	.785		
การให้เผยแพร่	Between Groups	8.658	3	2.886	3.721	.012*
	Within Groups	307.092	396	.775		
การวิจัยและติดตามผล	Between Groups	8.658	3	1.884	2.326	.372
	Within Groups	307.092	396	.873		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลา ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว



สมมติฐานที่ 3.9 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.36 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การอนุรักษ์	Equal variances assumed	3.722	.054	2.364	398	.019*
	Equal variances not assumed			2.199	75.240	.031
ลดทรัพยากร	Equal variances assumed	2.085	.150	1.823	398	.069
	Equal variances not assumed			1.722	76.039	.089
รักษาและส่งเสริม	Equal variances assumed	6.804	.009	3.459	398	.001*
	Equal variances not assumed			3.106	73.518	.003
การประสาน	Equal variances assumed	1.945	.164	1.538	398	.125
	Equal variances not assumed			1.384	73.647	.170
รองรับกิจกรรม	Equal variances assumed	2.037	.154	2.014	398	.045*
	Equal variances not assumed			1.767	72.487	.081
การมีส่วนร่วม	Equal variances assumed	2.418	.121	1.600	398	.110
	Equal variances not assumed			1.375	71.602	.173
ความร่วมมือ	Equal variances assumed	4.455	.035	1.848	398	.065
	Equal variances not assumed			1.514	69.782	.135
การฝึกอบรม	Equal variances assumed	.464	.496	.972	398	.332
	Equal variances not assumed			.906	75.359	.368
การให้เผยแพร่	Equal variances assumed	.071	.791	2.073	398	.039
	Equal variances not assumed			1.942	75.618	.056
การวิจัยและติดตามผล	Equal variances assumed	.371	.493	1.075	398	0.76

Equal variances not assumed			1.233	75.618	0.65
-----------------------------	--	--	-------	--------	------

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการเคหะท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การอนุรักษ์ รักษาและส่งเสริม และรองรับกิจกรรม

สมมติฐานที่ 3.10 ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล)ไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.37 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล)* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การอนุรักษ์	Equal variances assumed	3.903	.049	1.541	398	.124
	Equal variances not assumed			1.536	386.851	.125
ลดทรัพยากร	Equal variances assumed	2.792	.096	1.074	398	.284
	Equal variances not assumed			1.070	385.859	.285
รักษาและส่งเสริม	Equal variances assumed	1.573	.210	.646	398	.519
	Equal variances not assumed			.644	387.120	.520
การประสาน	Equal variances assumed	.037	.847	-.173	398	.863
	Equal variances not assumed			-.173	396.262	.863
รองรับกิจกรรม	Equal variances assumed	.644	.423	.095	398	.925
	Equal variances not assumed			.094	388.623	.925
การมีส่วนร่วม	Equal variances assumed	1.613	.205	-1.577	398	.116
	Equal variances not assumed			-1.576	394.815	.116

ความร่วมมือ	Equal variances assumed	.617	.433	-.783	398	.434
	Equal variances not assumed			-.783	394.948	.434
การฝึกอบรม	Equal variances assumed	.125	.724	-.344	398	.731
	Equal variances not assumed			-.344	395.670	.731
การให้เผยแพร่	Equal variances assumed	.028	.867	1.654	398	.099
	Equal variances not assumed			1.653	394.849	.099
การวิจัยและติดตามผล	Equal variances assumed	.128	.761	.654	398	0.78
	Equal variances not assumed			.653	394.849	0.75

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติด้านที่ 1 (ทะเล) ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 3.11 ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติด้านที่ 2 (ภูเขา) ไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.38 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติด้านที่ 2 (ภูเขา)* หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig' (2-tailed)
การอนุรักษ์	Equal variances assumed	3.214	.074	-1.203	398	.230
	Equal variances not assumed			-1.243	235.996	.215
ลดทรัพยากร	Equal variances assumed	2.177	.141	-.984	398	.326
	Equal variances not assumed			-1.024	240.723	.307
รักษาและส่งเสริม	Equal variances assumed	.003	.956	-.362	398	.717
	Equal variances not assumed			-.363	220.332	.717

การประสาน	Equal variances assumed	1.504	.221	.027	398	.978
	Equal variances not assumed			.026	205.287	.979
รองรับกิจกรรม	Equal variances assumed	1.195	.275	.160	398	.873
	Equal variances not assumed			.156	206.723	.876
การมีส่วนร่วม	Equal variances assumed	.231	.631	1.429	398	.154
	Equal variances not assumed			1.406	211.670	.161
ความร่วมมือ	Equal variances assumed	.206	.650	1.055	398	.292
	Equal variances not assumed			1.033	209.718	.303
การฝึกอบรม	Equal variances assumed	1.891	.170	.401	398	.689
	Equal variances not assumed			.385	200.713	.701
การให้เผยแพร่	Equal variances assumed	2.807	.095	-1.724	398	.086
	Equal variances not assumed			-1.650	200.098	.100
การวิจัยและติดตามผล	Equal variances assumed	1.897	.192	1.324	398	0.781
	Equal variances not assumed			1.051	200.098	0.764

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา) ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยังไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวได้แก่ แสดงความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร ช่วยกันอนุรักษ์ หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร ซึ่งตรงต่อนักท่องเที่ยว ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวย

สมมติฐานที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านการทำงานไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.39 การทำงาน* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	1.164	3	.388	.769	.512
	Within Groups	199.876	396	.505		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	1.030	3	.343	.752	.522
	Within Groups	180.720	396	.456		
ช่วยเหลือ	Between Groups	2.800	3	.933	1.667	.173
	Within Groups	221.677	396	.560		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	1.248	3	.416	.568	.637
	Within Groups	290.190	396	.733		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	2.037	3	.679	.989	.398
	Within Groups	271.963	396	.687		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	2.247	3	.749	.873	.398
	Within Groups	339.743	396	.858		
ซื้อตรง	Between Groups	7.048	3	2.349	3.331	.020*
	Within Groups	279.312	396	.705		
ไม่เข้าซื้อ	Between Groups	.384	3	.128	.240	.868
	Within Groups					

	Within Groups	210.893	396	.533		
รักษาความสะอาด	Between Groups	4.112	3	1.371	1.776	.151
	Within Groups	305.638	396	.772		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	5.444	3	1.815	2.230	.084
	Within Groups	322.306	396	.814		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการทำงาน ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ใน
ท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ชื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านเพศไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.40 เพศ* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
แสดงความเป็น มิตร	Equal variances assumed	1.221	.270	-.561	398	.575
	Equal variances not assumed			-.560	389.812	.576
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Equal variances assumed	2.274	.132	-.448	398	.654
	Equal variances not assumed			-.451	397.941	.652
ช่วยเหลือ	Equal variances assumed	.741	.390	.089	398	.929
	Equal variances not assumed			.089	396.818	.929
ช่วยกันอนุรักษ์	Equal variances assumed	1.555	.213	.446	398	.656
	Equal variances not assumed			.448	397.312	.654
ส่งเสริมและ ฟื้นฟู	Equal variances assumed	.886	.347	.918	398	.359
	Equal variances not assumed			.921	396.831	.358

งดเว้นการ กระทำ	Equal variances assumed	.515	.474	.546	398	.585
	Equal variances not assumed			.549	397.871	.583
ชื่อตรง	Equal variances assumed	12.957	.000	1.980	398	.048*
	Equal variances not assumed			2.005	392.397	.046
ไม่เข้าชื่อ	Equal variances assumed	1.105	.294	-.614	398	.539
	Equal variances not assumed			-.617	397.338	.538
รักษาความ สะอาด	Equal variances assumed	.650	.421	1.283	398	.200
	Equal variances not assumed			1.295	396.125	.196
รักษา ผลประโยชน์	Equal variances assumed	4.904	.027	1.670	398	.096
	Equal variances not assumed			1.684	397.048	.093

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ ไม่มีผลต่อ ปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้าสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยกเว้น ชื่อตรง

สมมติฐานที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านอายุไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.41 อายุ* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็น มิตร	Between Groups	2.110	3	.703	1.400	.242
	Within Groups	198.930	396	.502		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	.375	3	.125	.273	.845
	Within Groups	181.375	396	.458		
ช่วยเหลือ	Between Groups	.642	3	.214	.378	.769

	Within Groups	223.836	396	.565		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	.851	3	.284	.387	.763
	Within Groups	290.587	396	.734		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	.321	3	.107	.155	.927
	Within Groups	273.679	396	.691		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	.757	3	.252	.293	.831
	Within Groups	341.233	396	.862		
ซื้อตรง	Between Groups	.286	3	.095	.132	.941
	Within Groups	286.074	396	.722		
ไม่เข้าซื้อ	Between Groups	7.367	3	2.456	4.769	.003*
	Within Groups	203.910	396	.515		
รักษาความสะอาด	Between Groups	.801	3	.267	.342	.795
	Within Groups	308.949	396	.780		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	.448	3	.149	.181	.909
	Within Groups	327.302	396	.827		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น
ท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ

สมมติฐานที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านการศึกษามีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.42 การศึกษา* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	3.413	3	1.138	2.279	.079
	Within Groups	197.627	396	.499		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	2.203	3	.734	1.620	.184
	Within Groups	179.547	396	.453		
ช่วยเหลือ	Between Groups	3.825	3	1.275	2.288	.078
	Within Groups	220.653	396	.557		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	4.313	3	1.438	1.983	.116
	Within Groups	287.125	396	.725		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	.911	3	.304	.440	.724
	Within Groups	273.089	396	.690		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	9.400	3	3.133	3.731	.011*
	Within Groups	332.590	396	.840		
ซื้อตรง	Between Groups	2.097	3	.699	.974	.405
	Within Groups	284.263	396	.718		
ไม่เข้าซื้อ	Between Groups	2.776	3	.925	1.758	.155
	Within Groups	208.501	396	.527		
รักษาความสะอาด	Between Groups	4.515	3	1.505	1.953	.121
	Within Groups	305.235	396	.771		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	2.141	3	.714	.868	.458
	Within Groups	325.609	396	.822		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษา ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น
ท้องถิ่น

ยกเว้น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร



สมมติฐานที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.43 รายได้ต่อเดือน* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	4.679	4	1.170	2.353	.053
	Within Groups	196.361	395	.497		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	3.172	4	.793	1.754	.137
	Within Groups	178.578	395	.452		
ช่วยเหลือ	Between Groups	2.604	4	.651	1.159	.328
	Within Groups	221.873	395	.562		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	11.770	4	2.943	4.156	.003*
	Within Groups	279.667	395	.708		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	1.598	4	.400	.579	.678
	Within Groups	272.402	395	.690		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	16.090	4	4.023	4.875	.001*
	Within Groups	325.900	395	.825		
ชี้ตรง	Between Groups	1.681	4	.420	.583	.675
	Within Groups	284.679	395	.721		
ไม่เข้าชี้	Between Groups	1.675	4	.419	.789	.533
	Within Groups	209.602	395	.531		
รักษาความสะอาด	Between Groups	4.257	4	1.064	1.376	.241
	Within Groups	305.493	395	.773		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	2.599	4	.650	.789	.533
	Within Groups	325.151	395	.823		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ใน
ท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และงดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร



สมมติฐานที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านสถานะภาพ ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.44 สถานะภาพ* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	2.603	2	1.302	2.604	.075
	Within Groups	198.437	397	.500		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	.867	2	.434	.952	.387
	Within Groups	180.883	397	.456		
ช่วยเหลือ	Between Groups	2.327	2	1.163	2.079	.126
	Within Groups	222.151	397	.560		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	.332	2	.166	.226	.798
	Within Groups	291.105	397	.733		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	3.224	2	1.612	2.363	.095
	Within Groups	270.776	397	.682		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	2.765	2	1.382	1.618	.200
	Within Groups	339.225	397	.854		
ชี้ตรง	Between Groups	13.519	2	6.760	9.836	.000*
	Within Groups	272.841	397	.687		
ไม่เข้าชี้	Between Groups	.654	2	.327	.617	.540
	Within Groups	210.623	397	.531		
รักษาความสะอาด	Between Groups	11.865	2	5.933	7.907	.000*
	Within Groups	297.885	397	.750		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	14.093	2	7.047	8.919	.000*
	Within Groups	313.657	397	.790		
	Total	327.750	399			

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านสถานะภาพ ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ใน
ท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ชื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว ช่วยรักษาความสะอาด และช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์



สมมติฐานที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.45 ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	1.107	3	.369	.731	.534
	Within Groups	199.933	396	.505		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	.534	3	.178	.389	.761
	Within Groups	181.216	396	.458		
ช่วยเหลือ	Between Groups	.240	3	.080	.141	.935
	Within Groups	224.238	396	.566		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	.037	3	.012	.017	.997
	Within Groups	291.401	396	.736		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	.593	3	.198	.286	.835
	Within Groups	273.407	396	.690		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	2.891	3	.964	1.125	.339
	Within Groups	339.099	396	.856		
ชี้ตรง	Between Groups	3.698	3	1.233	1.727	.161
	Within Groups	282.662	396	.714		
ไม่เข้าชี้	Between Groups	.720	3	.240	.452	.716
	Within Groups	210.557	396	.532		
รักษาความสะอาด	Between Groups	4.239	3	1.413	1.832	.141
	Within Groups	305.511	396	.771		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	8.415	3	2.805	3.478	.016*
	Within Groups	319.335	396	.806		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติ
ของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น การช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว



สมมติฐานที่ 4.8 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.46 ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว* การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แสดงความเป็นมิตร	Between Groups	.029	3	.010	.019	.996
	Within Groups	201.011	396	.508		
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Between Groups	.777	3	.259	.566	.637
	Within Groups	180.973	396	.457		
ช่วยเหลือ	Between Groups	.774	3	.258	.457	.713
	Within Groups	223.704	396	.565		
ช่วยกันอนุรักษ์	Between Groups	1.704	3	.568	.776	.508
	Within Groups	289.733	396	.732		
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Between Groups	2.836	3	.945	1.381	.248
	Within Groups	271.164	396	.685		
งดเว้นการกระทำ	Between Groups	4.393	3	1.464	1.718	.163
	Within Groups	337.597	396	.853		
ซื้อตรง	Between Groups	.566	3	.189	.262	.853
	Within Groups	285.794	396	.722		
ไม่เข้าซื้อ	Between Groups	5.191	3	1.730	3.325	.020*
	Within Groups	206.086	396	.520		
รักษาความสะอาด	Between Groups	.819	3	.273	.350	.789
	Within Groups	308.931	396	.780		
รักษาผลประโยชน์	Between Groups	1.443	3	.481	.584	.626
	Within Groups	326.307	396	.824		

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของ
ผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ



สมมติฐานที่ 4.9 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.47 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
แสดงความเป็นมิตร	Equal variances assumed	6.950	.009	2.272	398	.024*
	Equal variances not assumed			1.985	72.283	.051
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Equal variances assumed	2.942	.087	1.207	398	.228
	Equal variances not assumed			1.116	74.943	.268
ช่วยเหลือ	Equal variances assumed	4.732	.030	-.036	398	.971
	Equal variances not assumed			-.032	73.072	.974
ช่วยกันอนุรักษ์	Equal variances assumed	2.250	.134	.711	398	.477
	Equal variances not assumed			.670	75.911	.505
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Equal variances assumed	.537	.464	.578	398	.564
	Equal variances not assumed			.612	83.449	.542
งดเว้นการกระทำ	Equal variances assumed	2.970	.086	1.725	398	.085
	Equal variances not assumed			1.558	73.802	.124
ซื้อตรง	Equal variances assumed	.478	.490	-.065	398	.948
	Equal variances not assumed			-.061	76.179	.951
ไม่เข้าซื้อ	Equal variances assumed	.009	.925	-.389	398	.698
	Equal variances not assumed			-.389	79.429	.699
รักษาความสะอาด	Equal variances assumed	.529	.467	1.842	398	.066
	Equal variances not assumed			1.816	78.518	.073
รักษา	Equal variances assumed	.920	.338	.883	398	.378

ผลประโยชน์	Equal variances not assumed			.868	78.342	.388
------------	-----------------------------	--	--	------	--------	------

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของ ผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น แสดงความเป็นมิตรช่วยเหลือ

สมมติฐานที่ 4.10 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล) ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.48 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล)*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
แสดงความเป็นมิตร	Equal variances assumed	.232	.631	.600	398	.549
	Equal variances not assumed			.601	397.939	.548
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	Equal variances assumed	.828	.364	.285	398	.776
	Equal variances not assumed			.285	393.201	.776
ช่วยเหลือ	Equal variances assumed	.109	.742	.440	398	.660
	Equal variances not assumed			.440	394.810	.660
ช่วยกันอนุรักษ์	Equal variances assumed	3.971	.047	1.517	398	.130
	Equal variances not assumed			1.514	390.478	.131
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Equal variances assumed	.272	.602	1.427	398	.154
	Equal variances not assumed			1.424	392.588	.155

งดเว้นการ กระทำ	Equal variances assumed	.045	.833	2.058	398	.040*
	Equal variances not assumed			2.056	394.045	.040
ชี้ตรง	Equal variances assumed	.211	.646	1.237	398	.217
	Equal variances not assumed			1.238	396.776	.216
ไม่เข้าชี้	Equal variances assumed	.026	.872	-1.890	398	.059
	Equal variances not assumed			-1.891	396.505	.059
รักษาความ สะอาด	Equal variances assumed	.310	.578	1.573	398	.117
	Equal variances not assumed			1.569	389.435	.118
รักษา ผลประโยชน์	Equal variances assumed	.122	.727	.135	398	.893
	Equal variances not assumed			.135	395.857	.893

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 1 (ทะเล) ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น งดเว้นการกระทำ

สมมติฐานที่ 4.11 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา) ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.49 ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา)*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
แสดงความเป็น มิตร	Equal variances assumed	5.482	.020	-.037	398	.970
	Equal variances not assumed			-.035	191.544	.972
เอื้อเฟื้อแผ่	Equal variances assumed	.069	.794	-.073	398	.942

	Equal variances not assumed			-.072	214.553	.942
ช่วยเหลือ	Equal variances assumed	.176	.675	-.494	398	.621
	Equal variances not assumed			-.497	221.853	.620
ช่วยกันอนุรักษ์	Equal variances assumed	.252	.616	.080	398	.936
	Equal variances not assumed			.079	213.402	.937
ส่งเสริมและฟื้นฟู	Equal variances assumed	.128	.721	-1.351	398	.177
	Equal variances not assumed			-1.365	224.452	.174
งดเว้นการกระทำ	Equal variances assumed	2.554	.111	-.285	398	.776
	Equal variances not assumed			-.280	210.882	.780
ซื้อตรง	Equal variances assumed	.466	.495	-.748	398	.455
	Equal variances not assumed			-.714	199.080	.476
ไม่เข้าซื้อ	Equal variances assumed	4.597	.033	1.659	398	.098
	Equal variances not assumed			1.561	193.322	.120
รักษาความสะอาด	Equal variances assumed	3.641	.057	-.255	398	.799
	Equal variances not assumed			-.246	203.059	.806
รักษาผลประโยชน์	Equal variances assumed	2.287	.131	.163	398	.871
	Equal variances not assumed			.156	199.469	.876

จากตารางสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติอันดับที่ 2 (ภูเขา) ไม่มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.50 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว	Pearson Correlations
1.มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.230**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.226**
3.มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.257**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.289**
5.มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	.347**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.319**
7.นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.245**
8.เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.329**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.245**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.278**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.2 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.51 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.397**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.389**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.414**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.378**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.434**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.325**
7. สื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.436**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	.174**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.380**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.409**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5.3 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.52 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.144
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.246**

3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.246**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.309**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.321**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.336**
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.302**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.304**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.198**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.226**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.4 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.53 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน-การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.389**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.428**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.417**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.355**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.468**
6. งดเว้นการกระทำที่ทำลายแหล่งทรัพยากร	.376**
7. ซื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.448**

8. ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	.168**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.259**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.360**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว



สมมติฐานที่ 5.5 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.54 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.165**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.218**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.194**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.235**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.249**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.316**
7. นักท่องเที่ยวนักศึกษาศึกษาพัฒนาคุณภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.203**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.250**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.222**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.290**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.6 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.55 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.439**

2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.431**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.404**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.376**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.427**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.278**
7. ซื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.341**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความคุ้มค่าเพื่อขายของ	.166**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.274**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.312**

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5.7 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.56 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.202**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.249**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.241**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.225**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	.315*
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.362**
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.243**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.218**

9. จดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ	.218**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.207**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



สมมติฐานที่ 5.8 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.57 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.423**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.429**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.407**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.342**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.390**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.269**
7. สื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.387**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	.163**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.245**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.343**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5.9 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.58 หลักการท่องเทียวย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.217**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.291**

3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.240**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.263**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.334**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.319**
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.224**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.339**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.217**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.260**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.10 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.59 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.327**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.349**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.362**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.317**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.420**
6. งดเว้นการกระทำที่ทำลายแหล่งทรัพยากร	.286**
7. ชื้อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.393**
8. ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความราคาญเพื่อขายของ	.135**

9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.330**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.347**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว



สมมติฐานที่ 5.11 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.60 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสร้างสรรค์

การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสร้างสรรค์	.238**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.220**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.220**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.270**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	.220**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.235**
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.229**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.256**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.220**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.267**

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.12 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.61 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.368**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.416**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.382**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.412**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.370**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร	.380**
7. สื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.344**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความราคาญเพื่อขายของ	.110
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.372**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.322**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความราคาญเพื่อขายของ

สมมติฐานที่ 5.13 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.62 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืน*การท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์	.169**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.201**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเทียว	.161**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.205**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.200**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.184**
7. นักท่องเทียวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.189**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.189**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.145**
10. ควรจะท่องเทียวแบบจำเพาะเจาะจง	.215**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย มีความสัมพันธ์กับ การท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 5.14 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเทียว

ตารางที่ 4.63 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเทียว

การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.368**

2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.410**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.395**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.396**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.358**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.342**
7. ซื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.342**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความคุ้มค่าเพื่อขายของ	.099
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.314**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.267**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการลด
ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว
ยกเว้น ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความคุ้มค่าเพื่อขายของ

สมมติฐานที่ 5.15 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ไม่มีความสัมพันธ์
กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.64 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.225**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.193**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.193**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.237**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.241**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.216**

7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.240**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.227**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.260**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.287**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการอนุรักษ์
และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



สมมติฐานที่ 5.16 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.65 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืน-การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.433**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.382**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.347**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.414**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.340**
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.374**
7. สื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.329**
8. ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	.049
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.352**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.297**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ

สมมติฐานที่ 5.17 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.66 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืน-การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ	Pearson Correlations
--	----------------------

1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.240**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.286**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	.245**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.334**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์	.383**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.314
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.288**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.313**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.302**
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	.274**

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม

สมมติฐานที่ 5.18 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.67 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.425**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.444**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.432**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.451**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.462**

6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	.350**
7. ซื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.459**
8. ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	.167**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.340**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.355**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว



สมมติฐานที่ 5.18 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.68 หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืน-การท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคต่างๆ	Pearson Correlations
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์	.240**
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	.286**
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเทียว	.245**
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	.334**
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	.383**
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	.314
7. นักท่องเทียวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ	.288**
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง	.313**
9. จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ	.302**
10. ควรจะท่องเทียวแบบจำเพาะเจาะจง	.274**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเทียวอย่างยั่งยืนด้านการวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ การท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม

สมมติฐานที่ 5.18 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.69 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคต่างๆ	Pearson Correlations
1. แสดงความเป็นมิตร	.425**
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	.444**
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	.432**
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.451**
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	.462**
6. งดเว้นการกระทำที่ทำลายแหล่งทรัพยากร	.350**
7. ซื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว	.459**
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความราคาขายเพื่อขายของ	.167**
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	.340**
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	.355**

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

- ดัดปายการปฏิบัติอย่างชัดเจนมากกว่านี้
- ส่วนมากคนที่ไปเที่ยว ชอบทิ้งขยะไม่เป็นที่ อยากให้มีการจัดการระบบความสะอาด และมีถังขยะมากกว่านี้
- การสร้างความยั่งยืนคือการให้ความรู้และความเข้าใจต่อการปฏิบัติงานของนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง

- การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น คือ สิ่งสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- การพัฒนาเมื่อมากเกินไปจนความจำเป็นจะเป็นการทำลายสภาพแวดล้อม
- ควรจะปลูกต้นไม้ยืนต้นให้มากกว่านี้
- สร้างห้องน้ำเพิ่มให้เพียงพอกับนักท่องเที่ยว
- ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด ในเรื่องกฎระเบียบต่อนักท่องเที่ยวที่ไม่ปฏิบัติตามกฎในแต่ละที่
- เรื่องสิ่งปลูกสร้างไม่ควรมีในที่ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
- มีเจ้าหน้าที่ในการบริการให้มาก ทางภาครัฐควรสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและประเทศให้มากขึ้น
- จัดห้องน้ำและอุปกรณ์เครื่องใช้ให้ดีขึ้น
- มีไฟฟ้าให้สว่างเพียงพอกับนักท่องเที่ยว
- ควรให้ความรู้คนมากขึ้น
- ต้องไม่มี Corruption
- อยากรู้ความรู้อันนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา และความเข้าใจในสถานที่ที่เข้ามาท่องเที่ยว
- ช่วยกันรักษาภูมิและระเบียบอย่างเคร่งครัด ในการท่องเที่ยว และช่วยกันรักษาความสะอาดและเป็นระเบียบ
- ช่วยกันรักษาป่าไม้ และสัตว์ป่าให้อยู่อย่างยั่งยืน
- อยากรู้ส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับประเพณีท้องถิ่นมากขึ้น
- มีกิจกรรมของการร่วมกลุ่มเป็นจิตอาสามากขึ้น
- ส่งเสริมและรณรงค์ในกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงเด็กซึ่งจะเป็นเยาวชนต่อไป โดยจัดกิจกรรมที่ทำให้กลุ่มเหล่านี้มีส่วนร่วมให้มากที่สุด
- นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชนที่ไปท่องเที่ยวด้วย
- ควรเพิ่มความสะอาดสบายในการเดินทาง
- ต้องช่วยกันอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่ชัดเจน
- ส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานให้มากขึ้น
- ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางสื่อต่างๆเชิงสร้างสรรค์และทั่วถึง
- ชุมชนต้องเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว และเป็นตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามวัฒนธรรม ประเพณี ดั้งเดิม
- มีการต้อนรับที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวให้คำแนะนำต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้
- น่าจะมีของที่ระลึกขายมากกว่านี้
- การรักษาธรรมชาติควรให้ความสำคัญมากที่สุด

- รักษารูปแบบการให้ความสำคัญเรื่องการอำนวยความสะดวกแบบนี้ต่อไป
- ประชาสัมพันธ์เรื่องการควบคุมความสะอาดให้มากขึ้น
- ช่วยกันดูแลสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติให้คงอยู่ไปนานๆ
- ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่นำของป่าออกมาภายนอก ไม่นำขยะเข้าไปทิ้งในป่า และชุมชนจะต้องซื้อสัตย์ต่อธรรมชาติ
- เป็นสิ่งที่ควรพัฒนาคู่กับการอนุรักษ์ธรรมชาติ
- เคารพกฎระเบียบของสถานที่นั้นๆ อย่างเคร่งครัด
- ไม่เข้าไปในพื้นที่ที่ไม่ได้รับอนุญาตให้เข้า และทำตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด
- มาเที่ยวแบบธรรมชาติ ควรเคารพกฎระเบียบ และธรรมชาติที่อยู่รอบตัว สิ่งที่แตกต่างกันไม่เกิดผลดีกับสิ่งแวดล้อมที่นำมาควรนำกลับไปอย่างทิ้งไว้
- อย่าทิ้งขยะที่ย่อยสลายยากในที่สาธารณะและสถานที่ท่องเที่ยวในป่าและทุกที่
- ควรปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวรวมถึงผู้อยู่ในท้องถิ่นช่วยรักษากฎระเบียบที่ดีขึ้น รวมถึงรักษาความสะอาดเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวคงอยู่ต่อไป
- รักษาสภาพแวดล้อมและธรรมชาติให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด
- อนุรักษ์รักษาป่าอย่างพอสมควร และดูแลสัตว์ป่าให้อยู่กับมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม
- จัดให้มีการฝึกอบรม และเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น
- ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน ทำแผนภาพประกอบ
- ให้มีการพัฒนาด้านต่างๆ มากขึ้น
- การรักษาความปลอดภัยควรดีกว่านี้
- ฟื้นฟูแนวปะการัง ทำให้ธรรมชาติสวยงามกว่านี้
- จัดการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการนำเที่ยวทุกประเภท ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้ได้รู้และมีจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศทางทะเล
- ไม่ทิ้งขยะตามแหล่งท่องเที่ยว ช่วยกันรักษาความสะอาด และทำตามกฎระเบียบที่วางไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ เรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานการวิจัย มีดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานที่ 6 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการค้นคว้าข้อมูลจาก เอกสาร งานวิจัย ทฤษฎี และรูปแบบแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวไทยที่อุทยานแห่งชาติทาง

บก คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทางทะเล คือ อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี แห่งละ 200 คน รวมเป็นจำนวน 400 คน จากอุทยานแห่งชาติที่เป็นที่นิยมจาก 10 อันดับ ซึ่งเป็นการวัดผลครั้งเดียว ในปี พ.ศ. 2554 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติทดสอบสมมติฐาน (Inferential Statistic) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก พอ.ดร. นาฬิกาติภักดิ์ แสงสนิท

ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (12/3/2559)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในมุมมองของอพท.

เน้นชุมชนความสำคัญที่ชุมชน ให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของบ้าน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นคนนำนักท่องเที่ยวเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนให้เหมือน เพื่อนมาเยี่ยมบ้านเพื่อน มีประสบการณ์ตรงที่ได้จากการลงมือทำ ซึ่งสร้างสรรค์ตัวของนักท่องเที่ยวเอง ส่งเสริมให้ทุกคนอยู่บนหลักการคิด วางแผน ปฏิบัติ รับผิดชอบ และเป็นประโยชน์ ซึ่งการมีพื้นฐานอิงหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใน 3 มิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยทำการส่งเสริมให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญนี้ มีการให้เป็นผู้แทนชุมชนเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการดำเนินงานแบบประชาธิปไตย แต่ละแหล่งก็ปรับรูปแบบต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่พิเศษในการกำกับดูแล การให้ความสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ส่งเสริมอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการประสานทุกภาคีเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งเสริม และสนับสนุน การนำชีวิตปกติของคนในชุมชนสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้มีประสบการณ์ตรง มีการส่งเสริมสนับสนุนด้านเศรษฐกิจด้วย มีแนวทางการสนับสนุน เกี่ยวกับการจะประกอบอาชีพการได้ร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนมีความสุขร่วมกัน จึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งให้มีการดำเนินงานที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และมีประโยชน์ต่อชุมชนและวัฒนธรรม **แนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** ส่งเสริมผลักดันให้คนในชุมชนมีปัจจัย 4 ครบถ้วน การใส่ใจสิ่งแวดล้อมก็จะไม่ใช่เรื่องยากที่จะทำให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญและร่วมมือกันดูแลรักษาได้เอง การเผยแพร่ การส่งเสริม

สนับสนุน การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิจัย การวิจัย และงานเชิงวิชาการถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามาก เมื่อคนมีความรู้มากขึ้นจะทำให้คนคิดได้ถึงการทำอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์ต่อการท่องเที่ยว

ดร. ประเสริฐ สอนสถาพรกุล ผู้อำนวยการสำนักงานมรดกโลกทางธรรมชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

การจัดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทำองค์กรเดียวไม่ได้จะต้องบูรณาการร่วมกันกับส่วนงานต่างๆ องค์กรที่เกี่ยวข้อง มารับทราบแผนร่วมกัน หน่วยงานจะต้องออกแบบแผนยุทธศาสตร์รองรับแผนหลักต่อไป ผู้เกี่ยวข้องต้องเข้าใจบริบท มีการประสานงาน ประชุมร่วม สั่งการ เพื่อจะบูรณาการท่องเที่ยวสีเขียวไปพร้อมๆ กัน ซึ่งต้องมีแผนหลักการจัดการ มีจุดประสงค์หลักของหน่วย ได้แก่ การปกป้องคุ้มครองพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาวิจัย และท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ การบูรณาการปี 2559-2563 มี 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1. การคุ้มครองดูแลรักษาทรัพยากร 2. การคุ้มครองดูแลอย่างยั่งยืน 3. การวิจัยพัฒนา 4. การบริหารจัดการ ซึ่งภายใต้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีกลยุทธ์ย่อย เช่น การป้องกัน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสื่อความเหมาะสม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมี เอกชน ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีกลยุทธ์ย่อย เช่น การป้องกัน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสื่อความเหมาะสม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการศึกษาวินัยย่อย เช่น สสำรวจความพึงพอใจ ด้านที่פקการให้บริการ แหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยว เน้นการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ เรื่องการท่องเที่ยว ในด้านบริการ การให้ความรู้ การตอบรับ ยอมรับชุมชนในพื้นที่ เพราะถือว่าเป็นกติกาสังคม ควรมีบริบทที่เข้มงวดคือให้ดูแลและมัดระวังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่ไม่ควรไป การไม่ทำลายทรัพยากร เช่น เก็บปลาดาว ปะการัง พืช เพราะผู้ประกอบการทำธุรกิจจากอุทยานฯ ต้องคอยสอดส่องดูแล ตักเตือนนักท่องเที่ยวมีประชุมทุกฤดูการท่องเที่ยว ให้ผู้ประกอบการมาพูดคุยกันในระเบียบ ข้อจำกัด อาจมีการเพิกถอนใบอนุญาต ถ้าไม่ปฏิบัติตาม เจ้าหน้าที่อุทยานฯ มีไม่มาก ดังนั้น จึงต้องสร้างเครือข่ายช่วยกันสอดส่องดูแล เพราะทรัพยากรหมดไปก็ต้องกระทบต่อธุรกิจด้วย ถ้ารักษาทรัพยากรไว้ได้ดีการท่องเที่ยวก็จะมี ความยั่งยืน นักท่องเที่ยวมีความสนใจอุทยานฯ ทางทะเลมากกว่าทางบก เพราะมีมิติ ความโดดเด่น ความสวยงามมากกว่า สร้างความตื่นตาตื่นใจ ความสนใจของนักท่องเที่ยวจึงมีมากกว่า ที่มาท่องเที่ยวทางบกก็มาดูความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มาผจญภัยกัน นโยบายที่น่าสนใจจากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติมี

เรื่อง Green National Park อุทยานฯ สีเขียว มีเกณฑ์การวัด 3 ข้อ คือ 1. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม 2. การมีส่วนร่วมของชุมชน 3. การส่งเสริมการเรียนรู้ทางธรรมชาติ ซึ่งมีการส่งเสริมผลักดันให้เอกชนและชุมชนพัฒนาพื้นที่ให้เข้าเกณฑ์มาตรฐานการได้รับรางวัล แต่ทั้งนี้ก็ต้องตระหนักถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Capacity) ด้วย การดูแลจะทำให้ยากลำบากมาก พื้นที่ทางธรรมชาติที่เข้าถึงได้ยากก็จะถูกทำลาย ซึ่งการฟื้นฟูทางธรรมชาติทำได้ยากและใช้เวลานาน การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกควรให้คุ้มค่า การจำกัดปริมาณคนเข้ามาได้ให้เป็นไปตาม กฎ ระเบียบข้อบังคับ จะควบคุมได้ยากเพราะจำนวนเจ้าหน้าที่มีจำกัดในการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ความงดงามตามธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นก็หมดไป ควรให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับความสวยงามตามธรรมชาติอย่างใกล้ชิดแล้วนำไปบอกต่อถึงความสวยงาม ความประทับใจ สำหรับนักท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติ ปฏิบัติตนให้อยู่ในกฎระเบียบต่างๆ ช่วยกันอนุรักษ์ รักษาไว้ให้เหลือถึงคนรุ่นหลังต่อๆ ได้ ชื่นชม อย่าทำลาย และเมื่อมาเห็นซึ่งความสวยงามแล้วควรจะพูดต่อ การปฏิบัติของผู้ที่อยู่ในชุมชนควรมีมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งการซื้อ-ขาย และร่วมมือกันพัฒนาในการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ซึ่งคนในชุมชนก็จะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวด้วย ต่อไปควรมีการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเพิ่มเส้นทางศึกษาธรรมชาติ การพัฒนาบางพื้นที่เส้นทางประวัติศาสตร์ที่มีในอุทยานฯ ด้วย ที่ต้องมีความใส่ใจและกระตือรือร้น เพื่อพัฒนา การใช้งบประมาณต้องที่จะใช้ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงให้ได้ อย่างไรก็ตามเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ยังไม่ดี จึงควรปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งประกอบด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (estimate) ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อัตราส่วนวิกฤต (critical ratio or z-statistics) สามารถสรุปได้ตามตารางด้านบน

เมื่อพิจารณาอิทธิพลขององค์ประกอบตัวแปรที่สังเกตได้ ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (v24) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (v25) ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (v26) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (v27) การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ (v28) การเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (v29) การที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (v30) การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง (v31) การจดจำ/ประทับใจ/เข้าข้าง (v32) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (v33) พบว่าปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (v25) ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (v26) การที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (v30) การเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง (v31) การจดจำ/ประทับใจ/เข้าข้าง (v32) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) มีค่าอำนาจขององค์ประกอบอยู่ที่ 1.0-1.454 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อยู่ระหว่างร้อยละ 36.8 ถึงร้อยละ 67.5

เมื่อพิจารณาอิทธิพลขององค์ประกอบตัวแปรที่สังเกตได้ ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งประกอบด้วย การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (v34) การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย (v35) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (v36) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (v37) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (v38) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (v39) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (v40) การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิถีปฏิบัติแบบยั่งยืน (v41) การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ (v42) พบว่าปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้แก่ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (v34) การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย (v35) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (v39) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (v40) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ค่าอำนาจขององค์ประกอบอยู่ที่ 0.91-1.83 สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) อยู่ระหว่างร้อยละ 19.9 ถึงร้อยละ 79.9

หากพิจารณาความกลมกลืนของรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่าค่าดัชนี CMIN Chi-square/df GFI AGFI RMR CFI Pclose และ RMSEA ผ่าน

ข้อกำหนดทุกดัชนี แสดงถึงรูปแบบที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมี factor loading และ error

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำงาน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ซึ่งการทำงานในภาครัฐมีมากที่สุด คือ ภาครัฐ ร้อยละ 34 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ

เพศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งเพศที่มีมากที่สุด คือ เพศหญิง ร้อยละ 52.8 และน้อยที่สุดคือ เพศชาย

ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.8 น้อยที่สุดคือ ปริญญาเอก

รายได้ต่อเดือน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ซึ่ง มีมากที่สุดคือ มีรายได้ 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 51.2 น้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่ำกว่า 45,001 บาท

สถานะภาพ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ โสด ร้อยละ 53.8 น้อยที่สุดคือ อื่นๆ

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ มากับเพื่อน ร้อยละ 44.3 น้อยที่สุดคือ มาคนเดียว

ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ 1-2 วัน ร้อยละ 78.8 น้อยที่สุดคือ อื่นๆ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ก่อนครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม มีมากที่สุดคือ เคย ร้อยละ 85.3 น้อยที่สุดคือ ไม่เคย

ลำดับตามความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติแบ่งเป็น 7 กลุ่ม มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวทะเลเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 47.8 น้อยที่สุดคือ ถ้ำ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการจดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก



ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การทำงาน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานะภาพ ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว การมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ มีความเข้าใจใน

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์ เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านเพศไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การพัฒนาศักยภาพ

ด้านอายุไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

ด้านการศึกษาไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านรายได้ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านสถานะภาพสมรสไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การจดจำ

ด้านผู้ร่วมเดินทางไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์

ด้านระยะเวลาไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่มีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การเข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าใจอย่างถ่องแท้

ด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติมีผลต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยกเว้น การรู้ข้ามวัฒนธรรม วัฒนธรรมของพื้นที่ และการจดจำ

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ

โดยส่วนใหญ่ข้อมูลทั่วไปไม่มีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านการทำงานมีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน

ด้านเพศมีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านอายุมีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านการศึกษา มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

ด้านรายได้ มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านสถานะภาพ ไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การฝึกอบรมบุคลากร

ด้านผู้ร่วมเดินทางมีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านระยะเวลาไม่มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มีผลต่อ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การรักษาและส่งเสริม ความร่วมมือ

ด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติมีผลต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยกเว้น การอนุรักษ์

สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวได้แก่ แสดงความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร ช่วยกันอนุรักษ์ หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร ชี้อตรงต่อนักท่องเที่ยว ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ

ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว

ด้านการทำงานมีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ชี้อตรงต่อนักท่องเที่ยว

ด้านเพศมีผลต่อปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้าสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยกเว้น ชี้อตรง รักษาผลประโยชน์

ด้านอายุ มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ

ด้านการศึกษา มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร

ด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร

ด้านสถานะภาพ มีผลต่อ การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ชี้อตรงต่อนักท่องเที่ยว ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว

ด้านผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น การช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว

ด้านระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวมีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ไม่เข้าซื้อประกันก่อนความรำคาญเพื่อขายของ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น แสดงความเป็นมิตร ช่วยเหลือ

ด้านความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติมีผลต่อการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ยกเว้น ช่วยกันอนุรักษ์ แสดงความเป็นมิตร ไม่เข้าซื้อ

สมมติฐานที่ 5 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยวโดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์ เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง จดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการประสานงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังประเด็น

ต่อไปนี้

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปรด้วยการทำ Data Reduction

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ว่า ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งประกอบด้วย การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติแบบยั่งยืน การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ พบว่าปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถลดจำนวนตัวแปรในปัจจัยปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คงเหลือ 4 ตัวแปร คือ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ก็สามารถถือเป็นหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้แล้ว ซึ่งแตกต่างจาก หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อุซาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) มีหลักการ ดังนี้ คือ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over consumption and Wast) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Communities) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา (Consulting Stakeholders and the Public) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน (Training Staff) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ (Marketing Tourism Responsibly) การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research)

แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากแนวคิดของ นาฬิกาอัติภาค แสงสนิท (2556) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)" ว่าหมายถึง "การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น" โดยให้หลักการของคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้ คือ 1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน 2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม 3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว 4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม 5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ 6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม 7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง 9. จัดจำประทับใจ, เข้าใจ 10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าในบางปัจจัยของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็นการจัดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีความสอดคล้องกับ Crispin Raymond and Greg Richards, 2000 ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การเรียนรู้ ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว และ จากสรุปผลการประชุม Santa Fe International Conference on Creative Tourism, 2008) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์ อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวยังขาดการตระหนักถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพราะการให้ความสำคัญต่อยัง การมีความเข้าใจในคุณสมบัติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังคงน้อยกว่าปัจจัยด้านการจัดจตใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Christian Stipanović, Elena Rudan (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวคิดการพัฒนาและกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของการมาয়ังโครเอเชีย พบว่า ยังขาดการตระหนักถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนใหญ่มีการยอมรับในความหลากหลาย และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความยินดี ของการท่องเที่ยวโครเอเชีย มากขึ้น คล้ายกับว่าเป็น เรื่องใหม่ที่มีความน่าสนใจ มีการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นทางการตลาดมากขึ้น บนพื้นฐานของสุนทรียภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ มีความต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแบบระยะสั้น และมีแนวโน้มการสร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้น ซึ่งต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การให้ความตระหนักถึงหลักการอย่างมีเหตุผล นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ใส่ใจในสิ่งที่เรียกร้องทางความรู้ที่จะได้รับ ประสบการณ์ใหม่ๆ ในวันหยุด และหาแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม

จากผลการวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lan-Lan Chang , Kenneth F. Backman , Yu Chih Huang , (2014) เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า การเจริญเติบโตในจำนวนและคุณภาพของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ในการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประสบการณ์ การยอมรับในคุณค่า และความสนใจที่จะกลับมาอีกครั้ง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เหมือนมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวเนื่องกับเรื่องทางกายภาพ วัฒนธรรม สังคม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและจัดเตรียมการบริการด้วยการบูรณาการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ในการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการปฏิบัติ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ได้รับ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตอนเหนือ กลาง และใต้ของไต้หวัน ที่สนใจ 3 กลุ่ม เกี่ยวกับการกีฬา สุนทรียภาพที่ได้รับจากสถาปัตยกรรม ศิลปะ วัฒนธรรม และผู้ที่สนใจหาประสบการณ์ชีวิต จำนวน 417 คน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจและยอมรับในคุณค่ามีไม่มากนัก มีความเห็นว่าควรพัฒนาด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และให้ความสำคัญด้านการบริการด้วย ตลอดจนเน้นการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมและศิลปะ ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น สำหรับนักธุรกิจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำได้จากการนำประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ศึกษา เพื่อที่จะเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ในการใช้ปรับปรุงคุณภาพด้านต่างๆ และพัฒนาการวางแผนการบริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ายินดีจ่ายเงินมากขึ้น และทำความเข้าใจว่าอะไรคือประสบการณ์ชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อการสร้างแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545) มีหลักการ ดังนี้ 1.การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2.การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย 3.การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ 4.การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว) 5.การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น 6.เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 7.การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา 8.เป็นการฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน 9.ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ 10.การวิจัยและติดตามผล

ซึ่งผลการวิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนารูปร่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคต และจากบทความ โดย : สารคดีดี.คอม/ WWW.SARA-DD.COM ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาชาติให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปรัชญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดยให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าโดยส่วนใหญ่หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท(2556) ที่ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเกิดได้ ต้องมีความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง ที่ต้องมีแนวคิดและจิตสำนึก ตลอดจนลงมือกระทำเพื่อให้เกิดผล ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนใน 3 เรื่องที่เกี่ยวข้องกันคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การบริหารจัดการให้ทั้งสามส่วนอยู่ร่วมกันอย่างสมดุล จึงจะทำให้การท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นรายได้หลักๆของประเทศอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน และ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีแนวคิดเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับ เจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน ซึ่ง จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้ต่อไป

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการ อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย หลายๆ ปัจจัยของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ J. Li (2013) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิง นิเวศน์ในท้องถิ่นและการใช้ระบบการประเมินใน Costa Rica โดยเป็นงานวิจัยระดับดุษฎีนิพนธ์นี้มีความยาก และมีการใช้หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของผู้อยู่ในท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นที่การใช้ เทคนิคการจัดการอย่างยั่งยืนใน Costa Rica ซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียง ในการมุ่งเน้นการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งเห็นถึงประสิทธิผลในการจัดการได้อย่างชัดเจน และมีการจัดตั้งการให้รับรอง โครงการสีเขียว (Green Certification Program) ซึ่งจะสามารถส่งผลในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านต่างๆ ได้ต่อไป สิ่งที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ด้วยการส่งเสริมเรื่องการดำเนินการอย่างยั่งยืน การรักษาวรรณกรรม การอนุรักษ์ในความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการจัดการเป็น เครื่องมือกว้างๆ ที่ใช้ได้อย่างมีศักยภาพ และเป็นเกณฑ์ที่พัฒนาขนาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่ปรากฏให้เห็น ซึ่งรายละเอียดของการปฏิบัติขึ้นอยู่กับแต่ละพื้นที่ในการนำไปใช้ สิ่งที่เพิ่มขึ้นมาจากทฤษฎี การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ คือการนำทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะมีความซับซ้อนมากกว่า คล้ายกับว่าจะต้องตระหนัก ในหลักการปฏิบัติที่เชื่อมโยงกัน ใช้การบูรณาการอย่างเหมาะสม ก็จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เชิงนิเวศน์ และพื้นที่ท้องถิ่น การจัดการที่เหมาะสมสามารถช่วยให้บรรลุผลสำเร็จอย่างสมดุล ทั้งการอนุรักษ์ และการพัฒนา ซึ่งการให้ความยอมรับในการนำกรณีศึกษาวิจัยใน Costa Rica มาใช้ มีหลักการที่สำคัญ และ ได้เห็นประสบการณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจ และได้มีการตรวจสอบเชิงลึกแล้ว ซึ่งสามารถนำมาหาแนวโน้มการลด ช่องว่างระหว่างทฤษฎี และการปฏิบัติ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ก่อให้เกิดการพัฒนาโดยส่งเสริมทั้งด้าน ความยั่งยืนบนพื้นฐานของชุมชนในท้องถิ่น การอนุรักษ์ทรัพยากร และเศรษฐกิจได้ เกณฑ์การวัดประเมิน เปรียบเทียบสมรรถนะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน จะต้องมีการตรวจสอบอย่างกว้างขวางในกล ยุทธ์การอนุรักษ์ และมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาต่อไป ในอนาคต เพื่อพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยว เชิงนิเวศน์

การสัมภาษณ์เชิงลึกจากนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนธิ เรื่องการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เรื่อง การท่องเที่ยว ได้กล่าวว่า อพท.มีนิยามข้อหนึ่งคือ ประสานทุกภาคีเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีการร่วมงานกับ Earth Check (Australia) มีการเซ็น MOU กับไอบีเอ็มเซียว โดยมีโรงแรม SMEs ที่อพท.อยาก ส่งเข้าประกวดมากกว่าเพื่อให้ได้การรับรองจากไอบีเอ็มเซียว ซึ่งในโรงแรมใหญ่เขาก็ได้มาตรฐานอื่นๆ กันไปแล้ว ซึ่งไอบีเอ็มเซียวช่วยมา Certify ให้ด้วย ซึ่งไอบีเอ็มเซียวเขาก็จะมีผลงานที่มีคนสนใจเข้าร่วมโครงการ เช่น โรงแรมที่ เกาะล้าน น่าน เกี่ยวกับ Low carbon tourism การส่งเสริมสนับสนุนกับองค์กรต่างๆ ในการให้คำใช้จ่ายการทำ วิจัยในพื้นที่พิเศษ แต่ก็ต้องเป็นหัวข้อที่อพท. ต้องการและในเงื่อนไขอื่นๆ ด้วย การเผยแพร่ การส่งเสริม สนับสนุน การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิจัย การวิจัย และงานเชิงวิชาการถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามาก ต่อไปคือ จะทำอะไรให้คนคิดว่าเมื่อนึกถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้นึกถึงอพท. อยากให้นักวิจัยสนใจทำเรื่อง Business development มากขึ้น สอดคล้องกับ **Xavier Font , Ronald Sanabria & Elizabeth Skinner (2003)** ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวอย่างความยั่งยืนและใบรับรองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ : การขึ้นสู่มาตรฐาน และผลประโยชน์ การเพิ่มขึ้นของจำนวนใบรับรองโครงการต่างๆ ที่ได้รับอนุญาตเกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้นมากจากฐานราก เพื่อเป็นการริเริ่มสร้างสรรค์ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งจะ ส่งผลถึงการผลักดันให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว การดำเนินการด้วย แต่ก็มีผลต่อการชักจูงให้เกิดความ สับสนในการตลาดได้ และก็มีราคาเริ่มต้นที่สูงขึ้น ในที่นี้ คือจะอย่างไรให้เกิดความเข้าใจที่จะหาช่องทางที่ดี ที่สุด ในการจัดตั้งมาตรฐานที่สูงขึ้นในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน และใบรับรองโครงการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ต่างๆ ให้มีใช้ทั่วโลก และทำโครงการให้ได้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ทั้งถึงในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะการสร้างพันธมิตรในกลุ่มพื้นที่เขตร้อน (Rainforest Alliance) ซึ่งมีการทำเป็นต้นแบบที่จะ ทำการศึกษาได้ และเพื่อการรับรองวิทยฐานะการท่องเที่ยวทั่วโลกจากการประชุมของสมาชิกในการให้ สิทธิบัตรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และสอดคล้องกับ **Laurie Kroshus Medina (2005)** ได้วิจัยเรื่อง การ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และใบรับรอง : การยืนยันจากหลักการและการปฏิบัติของการท่องเที่ยวอย่างมีความ รับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หลายๆ โครงการที่มีการแสดงว่ามีใบรับรอง สามารถ สังเกตได้ว่ามีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป อย่างถูกต้องตามการบัญญัติไว้ แต่ก็ยังมีการปลอมแปลงการ รับรองด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Greenwashed) ให้เห็นอยู่บ้าง งานวิจัยนี้พยายามชี้ให้เห็นถึง การยอมรับการรับรองเพื่อสร้างความแน่ใจในเวทีโลก ถึงการวิพากษ์วิจารณ์การจัดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิง นิเวศน์เรื่องหนึ่งๆ ก่อนกระจายออกไป การกำหนดเงื่อนไขจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อชุมชนในพื้นที่ กรณีศึกษาในงานวิจัยนี้จากประเทศบราซิล เผยให้เห็นความไม่เห็นด้วยระหว่างสมาชิกการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ของบราซิล และผู้เชี่ยวชาญจากนานาชาติ เกี่ยวกับการให้ความหมาย เกณฑ์ เงื่อนไข ที่ไม่ชัดเจน มีความหลากหลาย เช่น ใครถือได้ว่าเป็นผู้อยู่ในท้องถิ่น อะไรจะนับได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participation) โดยชุมชนแล้ว อะไรถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดต่อชุมชนในพื้นที่ นั่นคือหัวข้อของวิสัยทัศน์ที่มีอย่างหลากหลาย ซึ่งก็ต้องให้ความเคารพ และทำให้เหมาะสมในกระบวนการที่โปร่งใส ทำให้เกิดความราบรื่น หรือเป็นไปตามบรรทัดฐานตามมาตรฐานในรับรอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้อาจเกิดความล้มเหลวได้จากการเพิกเฉยละเลยทั้งจากการนำหลักการมาใช้ และจากความยุ่งยากในการปฏิบัติอย่างมีเหตุผล อย่างไรก็ตามไม่ควรลืมการให้ความสำคัญต่อข้อเรียกร้องที่จะขยายประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ต่อคนในชุมชนท้องถิ่นด้วย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่านเห็นสอดคล้องกันในประเด็นดังนี้ คือ การประสานความร่วมมือกันกับทุกภาคส่วนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดสรรทรัพยากร การส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆตามสัดส่วนในแต่ละพื้นที่ เป็นไปตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปมากน้อยด้วย และขณะเดียวกันจำนวนนักท่องเที่ยวก็มีผลกระทบต่อพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยซึ่งก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกับ **David Weaver and Laura Lawton. (2006).** ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวคล้ายกับขบวนการ มีการปฏิบัติ ซึ่งจะมีผลตามมาเกิดขึ้นจาก การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว รัฐบาล ชุมชน สถานศึกษา และองค์กรต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ในกระบวนการของผลกระทบจากการเดินทาง ที่พัก การจัดการ และผู้มาเยือน ผู้เกี่ยวข้องในระบบการท่องเที่ยว อาทิ ชุมชนท้องถิ่น รัฐบาล องค์กรการท่องเที่ยว NGOs สถาบันทางการศึกษา จะต้องมีส่วนร่วมกันเป็นลักษณะการศึกษาแบบเครือข่าย ทั้งเรื่องภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ กฎหมาย นิเวศวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยา การจัดการธุรกิจ มานุษยวิทยา การตลาด เกษตรกรรม การเมือง และเศรษฐศาสตร์ การชีวิตของการพัฒนา หลายสถาบันทางการท่องเที่ยวยังคงยึดพื้นฐานที่ค่านิยม คล้ายกับการดูว่า ภูมิประเทศและเศรษฐกิจ แต่การเพิ่มขึ้นของการจัดแบ่งสรรส่งเสริมตามสัดส่วนของท้องถิ่น เชื่อมโยงและขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ นี่คือผลสรุปสุดท้ายของการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นผลกระทบบนพื้นที่ที่เห็นได้อย่างชัดเจน และก่อให้เกิดผลของการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างเป็นทางการ และสืบเนื่องไปยังโครงสร้างอื่นๆ คล้ายกับเป็นการบันทึกได้ว่านี่คือกระบวนการที่สำคัญของบทบาทในการสร้างสรรค์ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางโดยผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวถึงความจำเป็นที่จะไปให้ถึงความก้าวหน้าโดยมีการยึดเป็นระเบียบวินัยพัฒนาต่อเรื่องดังกล่าว

การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น

จากการวิจัยครั้งนี้ที่มีแนวคิดของ วิมล จิโรจน์พันธุ์ (2548) เรื่องการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท้องถิ่น มีหลักการหลายประการ ดังนี้แสดงความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้ ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร ชื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว ไม่เข้าซื้อ ครอบงำหรือความรำคาญเพื่อขายของ ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว มีการให้ความสำคัญครอบคลุมในประเด็นดังกล่าวและในแต่ละประเด็นมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laurie Kroshus Medina (2005) ว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participation) โดยชุมชนแล้ว หรืออะไรถือเป็นผลประโยชน์ที่เกิดต่อชุมชนในพื้นที่นั้น คือหัวข้อของวิสัยทัศน์ที่มีอย่างหลากหลาย ซึ่งก็ต้องให้ความเคารพ และทำให้เหมาะสมในกระบวนการที่ปรองดอง ทำให้เกิดความราบรื่น หรือเป็นไปตามบรรทัดฐานตามมาตรฐานในรับรอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้อาจเกิดความล้มเหลวได้จากการเพิกเฉยละเลยทั้งจากการนำหลักการมาใช้ และจากความยุ่งยากในการปฏิบัติอย่างมีเหตุผล อย่างไรก็ตามไม่ควรลืมการให้ความสำคัญต่อข้อเรียกร้องที่จะขยายประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ต่อคนในชุมชนท้องถิ่นด้วย และสอดคล้องกับมุมมองของ พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) ว่าผู้ที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการที่จะดำเนินการพัฒนา หรือจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ด้วยการทำให้การท่องเที่ยวนั้นเข้มแข็งเนื่องจากเกิดเครือข่าย และร่วมคิด ไม่ว่าจะเกิดผลกระทบในลักษณะใดในระหว่างดำเนินงาน คนในชุมชนก็จะร่วมกันคิด และแก้ไขปัญหา ร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ ในแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวชุมชนถือเป็นเครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จไม่ได้หากขาดการร่วมพัฒนาจากชุมชน อย่างจริงจังของผู้ซึ่งสามารถสื่อสารวัฒนธรรมของตนให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างจริงจัง และสม่ำเสมอ ซึ่งจะทำให้การเติบโตหรือการเปลี่ยนแปลงที่การท่องเที่ยวจะนำมาสู่ชุมชนดำเนินไปในทิศทางที่ดี ที่ชุมชนเองก็พอใจ และจากผลการวิจัยพบว่าหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ วิมล จิโรจน์พันธุ์ (2548) ให้แนวคิดเกี่ยวกับผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยว ได้ให้หลักการของ การปฏิบัติของ จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ คือ การแสดงความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้ ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น งดเว้นการกระทำที่จะทำลายแหล่งทรัพยากร ชื่อตรงต่อนักท่องเที่ยว ไม่เข้าซื้อ ครอบงำหรือความรำคาญเพื่อขายของ

ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้ จะส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เชิงสร้างสรรค์ และส่งผลถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ต่อไป สอดคล้องกับ Crispin Raymond and Greg Richards, 2000 ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การเรียนรู้ ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2556) ซึ่งได้กล่าวว่า เพื่อช่วยกันยืดอายุแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชุมชนให้ยั่งยืนมากขึ้น และแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเกิดได้ ต้องมีความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง ที่ต้องมีแนวคิดและจิตสำนึก ตลอดจนลงมือกระทำเพื่อให้เกิดผล ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนใน 3 เรื่องที่เกี่ยวข้องกันคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การบริหารจัดการให้ทั้งสามส่วนอยู่ร่วมกันอย่างสมดุล จึงจะทำให้การท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นรายได้หลักๆ ของประเทศอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันไป ทางคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีผลทำให้มีทัศนคติและพฤติกรรมมีทั้งความเหมือนและแตกต่างกันออกไปในบางเรื่องได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีทัศนคติ ความสนใจ การยอมรับและเข้าใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gunvor Riber Larsen & Jo W. Guiver (2012) ความเข้าใจนักท่องเที่ยวในการยอมรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว : หลักการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการที่เข้ามาท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว งานวิจัยนี้ศึกษาความพยายามในลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยว การทำความเข้าใจให้ดีขึ้นต่อการยอมรับและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นับได้ว่ามีถึงร้อยละ 75 ที่จะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) จากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางการบิน การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการลดลงของขั้นตอนต่างๆ ในการเข้ามาเที่ยว การวิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวเดนมาร์กเกี่ยวกับความชื่นชอบ ความสนใจในด้านต่างๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ ราคา เวลา และความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว บางทีการข้ามเขตมาอีกภูมิภาคหนึ่งทีไกลบ้านออกมา เพื่อมาทะเล มาอาบแดด เพื่อมาเล่นกีฬาหน้าหนาว หรือทำกิจกรรมอื่นๆ ก็มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกันตามเวลา ราคาค่าใช้จ่าย ซึ่งมีผลต่อข้อสรุปในการตัดสินใจของการมาเที่ยว ซึ่งการให้ความสำคัญในตัดสินใจที่มีผลมากที่สุดคือ คุณลักษณะทางกายภาพ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บางทีการท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้กับประสบการณ์ช่วงวันหยุด ซึ่งการจะประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาก็เป็นสิ่งสำคัญต่อการคิด

ในภาพรวมของค่าใช้จ่ายในวันหยุด และสำคัญมากกว่าการใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ และอาจเปลี่ยนรูปแบบที่ใช้ได้ และอาจลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเรื่องการอนุญาตในการให้พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง มีการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง และส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวอย่างละเอียดมีความปราณีตในการเรียนรู้ศึกษาในการท่องเที่ยว (Slow Travel) มากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. การวิจัยในครั้งนี้ควรมีการจัดทำกิจกรรมสนทนากลุ่มกับผู้แทนองค์กรอย่างน้อย 3 ฝ่าย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจากภาคธุรกิจ ผู้แทนชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จะได้มีการระดมความคิดเห็นในการหาข้อสรุปด้านการวางแผนกลยุทธ์หาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย ซึ่งจะได้ข้อมูลเชิงลึกที่ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการจัดทำแบบสอบถามเป็นภาษาอังกฤษด้วย เพื่อที่จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอีกกลุ่มเพื่อแสดงความคิดเห็นหนึ่ง ซึ่งอาจจะได้ทราบทัศนคติ มุมมองและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเป็นสากลมากขึ้น
3. จากการดำเนินการวิจัยยังพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืนมาก ในหลายๆ ด้าน แต่ความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่เป็นที่เข้าใจมากนัก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้การส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ทั้งในการให้ความรู้และให้ตระหนักถึงความสำคัญ คุณค่า และคุณประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอย่างอเนกอนันต์ต่อไป
4. ควรมีการให้ความรู้ สร้างความร่วมมือ และการสร้างความสนใจในการให้ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้านอย่างครอบคลุมให้มากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลในความเจริญของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติอื่นๆ ที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมไปพร้อมๆ กันด้วย เพื่อที่จะได้ความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ให้มีแนวทาง มุมมอง ที่ความสอดคล้องตรงกับความต้องการที่แท้จริงได้ชัดเจนมากขึ้น
2. การศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วย และแบบสอบถามที่ใช้ควรทำเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีแง่มุมที่กว้างขวางลึกซึ้งมากขึ้น
3. ควรมีระยะเวลาในการทำวิจัยมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถเข้าร่วมสัมมนาหรือเก็บข้อมูลในหัวข้อที่เกี่ยวข้องได้มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการทำวิจัยให้ดียิ่งขึ้น
4. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการของบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เพราะผลการวิจัยที่ได้มา สามารถให้องค์กรที่มีความเกี่ยวข้องหลายแห่งนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มาก จึงควรขอความช่วยเหลือและประสานความร่วมมือ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการวิจัยที่ดีขึ้นต่อไป

5.5 การนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผู้ที่สนใจในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลต่างๆ ของงานวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานของการสร้างผลงานวิจัยในเรื่องอื่นๆ ต่อไปได้
2. นักวิชาการสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เผยแพร่ ให้ความรู้ อบรมผู้ที่อยากเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ และนำไปใช้พัฒนาในด้านต่างๆ เช่น ผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์จะได้ทราบ การตระหนัก การเข้าใจ และการปฏิบัติเพื่อการเข้าถึงแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป
4. ผู้บริหารในองค์กร หรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยใน

ครั้งนี้ ไปปรับปรุงแก้ไขงานที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการวางแผนงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อ
เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้น

5.6 สรุป

การวิจัยเรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน
ในประเทศไทย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยเป็นไปตามจุดประสงค์ ซึ่งจากกรอบแนวคิดจะเห็นได้ว่ามี
ความเกี่ยวเนื่อง เชื่อมโยง และมีความสัมพันธ์กันในหลายส่วน โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ในอุทยานแห่งชาติทั้งทางบกและทางทะเล ได้มีมุมมอง แนวคิดในการให้ความสำคัญต่อเรื่องต่างๆ ที่
หลากหลายกันไป ทั้งในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และผู้ปฏิบัติของผู้อยู่
ในท้องถิ่นท่องเที่ยว

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ทั้งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ได้ผลงานวิจัย
เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เช่น สัมภาษณ์เชิงลึก และการใช้แบบสอบถาม เหล่านี้ที่มีผลสืบเนื่องถึงการนำไป
พัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และ/หรือเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นได้อีก
ด้วย เช่น แง่คิด มุมมองที่ดีจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิหลายๆ เรื่อง อาทิเช่น การเน้นความสำคัญที่ชุมชน
ในแหล่งท่องเที่ยวมีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีความภูมิใจที่จะนำเสนอแหล่ง
ท่องเที่ยว และเป็นคนนำนักท่องเที่ยวเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยววันๆ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่าง
นักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนให้เป็นเสมือนเหมือนเพื่อนมาเยี่ยมบ้านเพื่อน มีประสบการณ์ตรงที่ได้จากการลง
มือทำซึ่งสร้างสรรค์ ตัวของนักท่องเที่ยวเอง ส่งเสริมให้ทุกคนอยู่บนหลักการคิด วางแผน ปฏิบัติ รับผิดชอบ
และเป็นประโยชน์ ซึ่งควรอิงพื้นฐานหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใน 3 มิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ และ
สิ่งแวดล้อม โดยทำการส่งเสริมให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญนี้ การประสานความร่วมมือทุกภาคส่วน
และควรมีการเผยแพร่ การส่งเสริม สนับสนุน การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิจัย การวิจัย และงานเชิง
วิชาการถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามาก และสำหรับนักท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทาง
ธรรมชาติ ปฏิบัติตนให้อยู่ในกฎระเบียบต่างๆ ช่วยกันอนุรักษ์ รักษาไว้ให้เหลือถึงคนรุ่นหลังต่อๆ ได้ ชื่นชมบ้าง
อย่าทำลาย และเมื่อมาเห็นซึ่งความสวยงามแล้วควรจะทำบอกต่อ

ซึ่งสิ่งต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมานี้ การตระหนักถึงความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน และการนำไปใช้อย่างสมดุล จะก่อเกิดบรรลพประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง และจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้อย่างยั่งยืนได้ต่อไป



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2557) .การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์; หลักการพื้นฐานของการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. <http://www.westernforest.org/>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสารจำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.. (2540). สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2556). แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์. <http://guru.sanook.com/1202/>

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2557). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.

<http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>

เกสรี ลัดเลีย.(2552) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวภาคใต้ .

วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา ปีที่ 11 ฉบับที่ 2, ธันวาคม 2554 . <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JSSTMU/article/.../36390>

ชุกกลีน อุนวิจิตร และคณะ .(2548) ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยว

ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.)

http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG48O0019

ถิตรีตย์ พิมพารณ.(2557). การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรมและ

ท่องเที่ยว; กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ท็อป.

นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2555). รัฐ-เอกชนหนุนภาคีกรีนทัวร์ริซึม อพท.สบช่องอาสาเป็นด่านหน้า. ไทยรัฐ

ออนไลน์ 7 ก.ย. 2555 05:30 <http://www.thairath.co.th/content/289239>

นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2557).การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).<http://www.dasta.or.th/>

นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2556). เสวนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (รายการสยามสาระ.

28/3/2556) https://www.youtube.com/watch?v=KWisC_YDqtw

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542) . การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1.

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์

ดีไซน์ จำกัด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัท

เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศรี ศรีคำภา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.

นนทบุรี: ธรรมสาร จำกัด.

ผู้จัดการออนไลน์. (2558) .หนุนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดันธุรกิจกรีนเติบโต. 6 สิงหาคม 2558

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=958000088783>

ฝ่ายนวัตกรรมการสารสนเทศอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปใน

เขตอุทยานแห่งชาติ. ค้นเมื่อ วันที่ 10 ตุลาคม 2557, จาก npdatabase@dnp.g

พสุ เดชะรินทร์. (2553). การวางแผนและการกำหนดยุทธศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ.(2012). ความยั่งยืนที่ต้องรายงาน

<http://pipatory.blogspot.com/2012/04/blog-post.html>

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์.(2553). การท่องเที่ยวชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินติ้ง เฮาส์

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2550).การสัมมนาระดับชาติเรื่อง ป่าชุมชน: กระบวนการเรียนรู้ในการจัดการ

ทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมของสังคม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติ

สำหรับประเทศไทย. จาก วารสารม.ศิลปากร ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 ก.ค.- ธ.ค. 2556

<http://www.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/issue/view/1979>

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.(2549).การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. เอกสารการสอนชุดวิชาการ

จัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. 32464 หน่วยที่ 9- 15. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มิ่งสรรค์ ขาวสอาด (2540). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.

กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

มิ่งสรรค์ ขาวสอาด (2553) . ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยจะอยู่อย่างไร. (สืบค้นเมื่อ 29 ต.ค.2553)

<http://www.tuhpp.net/?p.242>

รัตนภูมิ ศรีวิชัยมูล (2539). ทศนคติของนักศึกษาที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.

www.thaithesis.org/detail

วิมล จิโรจพันธ์ ประชิต สกฤษพัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.

วรรณัฐ เพียรธรรม. (2556). 7 อุปนิสัยสี่เขียว. กรุงเทพฯ : สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบท

แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

วรรณมา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิเชียร เจริญกานต์ (2556) . Corporate Social Responsibility (CSR).วารสารธุรกิจกับสังคม (CSR)

ฉบับที่ 31 มกราคม-มีนาคม 2556

<http://www.svnthailand.org/files/CSRJournal/pdf/CSR-31.pdf>

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อ

กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์:กรุงเทพฯ

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail05.html>

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.(2557). กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศ (<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail05.html>)

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ .(2549). การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์.กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.

สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). นันทนาการ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมศักดิ์ สุขวงศ์ (2540). ป่าชุมชน;“สองทศวรรษแห่งการพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดการป่าอย่างมีส่วนร่วม

ร่วมในสังคมไทย” ชุมชน. ศูนย์ฝึกอบรมวรรณศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมศักดิ์ สุขวงศ์ และสมหญิง สุนทรวงษ์ (2551). รายงานวิจัยระบบนิเวศสังคมมนุษย์ในชุดโครงการทอง

ผาภูมิตะวันตก: กระบวนการเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมของสังคมไทย . กรุงเทพฯ:
ศูนย์ฝึกอบรมวรรณศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สยามล ชัยรัตน์อุดมกุล .(2550) การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการ

ท่องเที่ยว ตามลำนํ้าป่าสักของอำเภอเสนาให้ อย่างเป็นระบบและยั่งยืน. คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

สุมาลี เทพสุวรรณ (2554). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาว กรุงเทพมหานคร.
วารสาร

ภูมิศาสตร์. 26(3), 36-48.

สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อินทนิล.

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/BOOK27/chapter3/t27-3-l1.htm>

สาระดีดี.คอม (2557). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ . (<http://www.sara>

[dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=220:ecotourism-.](http://www.sara.com/index.php?option=com_content&view=article&id=220:ecotourism-))

สารานุกรมไทย .(2558). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. โครงการสารานุกรมไทยฯ : กรุงเทพฯ

(<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/serm-book/serm->)

สำนักความหลากหลายทางชีวภาพ. (2552). ประเภทของพื้นที่คุ้มครอง. สำนักงานนโยบายและแผน

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (www.chm_thai@onep.go.th)

ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2549). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่3: ขอนแก่น. คลังน่านาวิทยา.

ศูนย์วิจัยป่าไม้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2538). โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบ

นิเวศ : กรณีภาคใต้. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2014). การ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ; คุณสมบัติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.

(<http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>)

อดิศร อิศรางกูร ณ อยุธยา (2550) การสัมมนาประจำปี 2550 ;“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับ

การบริหารการพัฒนา”. คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

<http://cse.nida.ac.th/main/images/books/yellowbook.pdf>

อดิศร อิศรางกูร ณ อยุธยา (2555). รายงานการประชุมวิชาการบูรณาการองค์ความรู้งานวิจัยการ

เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้านวิทยาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และสังคมกับนโยบายการพัฒนา

ประเทศอย่างยั่งยืน มุขนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. ฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม. สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

อรนุช ศิลป์มณีพันธ์. (2547). ลักษณะชายฝั่งทะเลที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว บริเวณชายฝั่งทะเล

ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสาน.

(<http://masterplan.andamanecotourism.com/>)

อุษาวดี พลพิพัฒน์. 2545. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย

ชุมชนในประเทศไทย. จุลสารการท่องเที่ยว 21,4 (ตุลาคม- ธันวาคม): 38-48.

ภาษาอังกฤษ

Bentler. P. M. (1990). Fit Indexes, Language Multipliers, Constraint Change and

Incomplete Data in Structural Models. *Multivariate Behavioral Research*, 25, 163-172.

Bentley, T.A., Cater, C. & Page, S.J. (2009). Adventure and ecotourism safety in Queensland: Operator experiences. :1-9

Brown, M.W., and R. Cudeck (1993). *Alternative Ways of Assessing Model Fit*, Sage Focus Editions, 154, 136.

Buckley Relph (1994). *Research Report of 1993 International Centre for Ecotourism Research*. Australia: Gold Coast.

Byrne, R. M. J. (1989). Phonemic Awareness and Letter Knowledge in the Child's Acquisitions of the Alphabetic Principle. *Journal of Education Phychology*, 80(1), 313-321.

Chambers, R., 1997. Responsible Well-being: A Personal Agenda for Development, *World Development*, Vol. 25(11) pp.1743-1754

Christian Stipanović and Elena Rudan. (2014). Development Concept And Strategy For Creative Tourism of the Kvarner Destination. 22 nd Biennial Interntional Congress ; Tourism & Hospitality Industry 2014. *Journal of hospitality* May 23, 2015. p.256-272 2014. https://bib.irb.hr/datoteka/712014.Stipanovic_Rudan.pdf

Cohen, Erik (1974). Who is a tourist ? A conceptual clarification. *The Sociological Review*, Vol.22 (4): 527-555.

Cohen, John M. & Uphoff, Norman (1981). Participation's Place in Rural Development; Seeking Clarity through Specificity. *Work Development: Vol. 8*

Crispin Raymond & Greg Richards (2000). Creative Tourism: Sustainable Development.

Taylor Francise Group: New York.

David Weaver and Laura Lawton. (2006). Tourism Management. 3 edit. John Wiley & Sons

Australia, Ltd

Gunvor Riber Larsen & Jo W. Guiver. (2012). Understanding tourists' perceptions

of distance: a key to reducing the environmental impacts of tourism mobility

Journal of sustainable tourism. Taylor& Francis online Volume 21 , 2013 issue 7 pp.

968-981. Published online: 30 Jul 2013. <http://dx.doi.org/10.108>

Hall, C.M. & Sharples, L. (2008). Food and wine festivals and events around the world:

Development, management and market. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hudson, Simon (2008). Tourism and hospitality marketing: A global perspective. Los

Angles: Sage.

Iwashita, C. (2008). Roles of films and television dramas in international tourism. Journal

of travel & Tourism Marketing, Vol.24: 139-151.

John Grant. (1999). "The New Marketing Manifesto: The 12 Rules for Successful

Marketing in the 21st Century." Publisher Orion Business. U.S.A.

Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1984). Advances in factor analysis and structural equation

models. Lanham: Psychology, Vol.4 No.11, November 27, 2013

[http://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?](http://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?)

ReferenceID=1015698

J. Li. (2013). Sustainable Ecotourism Established on Local Communities and Its

Assessment System in Costa Rica. *Journal of Environmental Protection*, Vol. 4 No. 1, 2013, pp. 61-66.

<http://www.scirp.org/journal/PaperInformation.aspx?PaperID=27181>

Lan-Lan Chang, Kenneth F. Backman and Yu Chih Huang. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Taylor & Francis . Vol. 8 Iss: 4, pp.401 - 419

www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032

<http://dx.doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>

Laurie Kroshus Medina. (2005). Ecotourism and Certification: Confronting the Principles and Pragmatics of Socially Responsible Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. Taylor & Francis Vol.13, 2005. issue3. Page 281-295. Published online: 22 Dec. 2008

<http://dx.doi.org/10.1080/01434630508668557>

Mancini, M. (2000). *Cruising; A guide to the cruise line industry*, Delmar Thomson Learning, Australia.

Maoz, D. (2006). Backpackers motivations: The role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, No.1, 122-140.

Micheal E. Porter,., & Kramer, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value-how to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1), 1-17.

Mintu, Alma T. and Hector Lozada. (1993). "Green Marketing Education: A Call for Action," *Marketing Education Review*, Fall, Vol. 3: U.S.A.p.17-25.

Moscardo, G. (2008). Community capacity building: an emerging challenge for tourism development In G. Moscardo (Ed.), *Building community capacity for tourism*

development (p.1-15) UK: CAB International.

Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Methuen.

Oakley P. (1984). *Approach to Participation in Rural Development*. Geneva . ILO.

Palmer, C. & Lester, J.A. (2005). *Photographic tourism: Shooting the innocuous, making meaning of tourist photographic behavior*; in *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases* Edited by Novelli M. 1-11.

Peattie K. (2001). *Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing*, *The Marketing Review*, Vol 2, Number 2: U.S.A. p.129-146 (18)

Philip Kotler & Team. (2003). *Rethinking Marketing*. "Sustainable Marketing Enterprise in Asia". Pearson Education Indochina Ltd., Bangkok.

Polonsky, Michael Jay . (1994). "An Introduction to Green Marketing", *Electronic Green Journal*, UCLA Library, UC Los Angeles

Raza, Ivo (2004). *Heads in beds: Hospitality and Tourism marketing*. New Jersey: Upper Saddle River.

Robert Dahlstrom. (2011). *Green Marketing Management* ; U. of Kentucky. USA.

Ross, F.G. (1998) *The Psychology of Tourism*. 2nd Edition. Hospitality Press, Melbourne.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Butterworth Heinemann. Oxford.

Santa Te International conference creative tourism (2008) *Sustainable Strategies for*

Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 .“Creativity and Tourism”. International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. (October 25-27, 2006)

Thornton, P.R., Shaw, G., & Williams, A.M. (1997). Tourist group holiday decision making and behavior: The influence of children. *Tourism Management*, Vol. 18, No.5: 287-297.

Weaver, D. & Lawton, L. (2006). *Tourism Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Australia.

Wheaton et al. (1977). Assessing Reliability in Panel Models. *Sociological Methodology*. San Francisco, Jossey Bass

Wight, P. (1994). Environmentally responsible marketing of tourism: In *Ecotourism*. John Wiley New York.

Xavier Font, Ronald Sanabria and Elizabeth Skinner. (2003). Sustainable Tourism and Ecotourism Certification: Raising Standards and Benefits. *Journal of Eco-tourism* . Taylor & Francis Vol.2, 2003.Issue 3. Page 213-218. Published online; 29 Mar 2010.
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14724040308668145?src=recsys>

ประวัติผู้วิจัย

ผศ.ดร.ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์

การศึกษา :

นิเทศศาสตรบัณฑิต, 2538 สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ประกาศนียบัตร : General English, Post Intermediate, 2540

Hawthorn Institute of Education, Australia

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2545 สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

บริหารธุรกิจดุซงกีบัณฑิต, 2551 สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ประสบการณ์การสอน: วิชา การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาด การจัดการการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การค้าปลีกและการค้าส่ง ความรู้พื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ การวิจัยทางการตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตั้งแต่แต่วันที่ 3 มีนาคม 2558

รางวัลเกียรติบัตร

“คนดีศรีราชพฤกษ์” ประเภทผลงานด้านบทความวิจัย ดีเด่น ปีการศึกษา 2556

“คนดีศรีราชพฤกษ์” ประเภทผลงานด้านวิจัย ดีเด่น ปีการศึกษา 2558



ภาคผนวก



แบบสอบถาม**แนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์****อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย**

(ขอความกรุณาท่านผู้ตอบแบบสอบถาม อ่านคำถามให้ชัดเจน พร้อมทั้งตอบคำถามในแบบสอบถามทุกข้อ ซึ่งคำตอบของท่านจะเก็บรักษาเป็นความลับ และใช้วิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. การทำงาน

องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. เพศ

ชาย หญิง

3. อายุ

น้อยกว่า 30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

4. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท 35,001-45,000 บาท
ตั้งแต่ 45,001 บาทขึ้นไป

6. สถานะภาพ

โสด สมรส อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

มาคนเดียว มากับคนรัก มากับครอบครัว มากับเพื่อน

8. ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

1-2 วัน 3-4 วัน 5 วันขึ้นไป อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. การมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

เคย ไม่เคย

10. เรียงลำดับตามความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติ ดังต่อไปนี้จากมากไปหาน้อย ตามลำดับ 1-7

.....ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ

.....ทุ่งดอกไม้ ทะเลสาบ สิ่งมหัสจรรย์ทางธรรมชาติ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ปัจจัย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. มีความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม					
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว					
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม					
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์					
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม					
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ					
8. เข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, มีประสบการณ์จริง					
9. จดจำ/ประทับใจ/เข้าใจ					
10. ควรจะท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง					

ตอนที่ 3 การให้ความสำคัญกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ปัจจัย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี					
2. การลดทรัพยากรที่เกิดความจำเป็นและการลดของเสีย					
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ					
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว					
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น					
6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น					

ปัจจัย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
7. การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง					
8. การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน					
9. การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ					
10. การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

ปัจจัย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. แสดงความเป็นมิตร					
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร					
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้					
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น					
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ทำลายแหล่งทรัพยากร					
7. ชื้อตรงต่อนักท่องเที่ยว					
8. ไม่เข้าซื้อรับกว่นก่อนความราคาญเพื่อขายของ					
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้ ”



ภาคผนวก ข

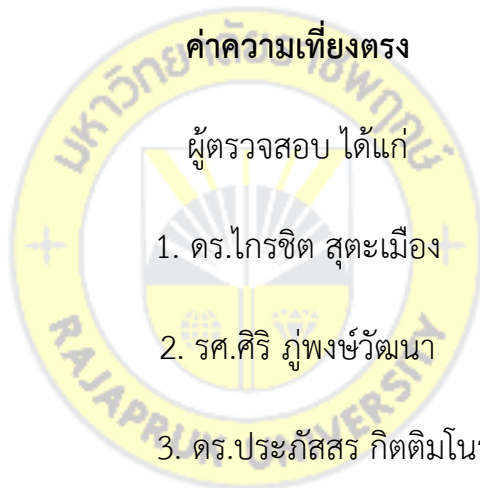
ค่าความเที่ยงตรง

ผู้ตรวจสอบ ได้แก่

1. ดร.ไกรชิต สุตะเมือง

2. รศ.ศิริ ภูพงษ์วัฒนา

3. ดร.ประภัสสร กิตติมโนรม



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	IOC			
1. การทำงาน	1	0	1	0.67
2. เพศ	1	0	1	0.67
3. อายุ	1	0	1	0.67
4. การศึกษา	1	0	1	0.67
5. รายได้ต่อเดือน	1	0	1	0.67
6. สถานะภาพ	1	0	1	0.67
7. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	1	0	1	0.67
8. ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว	1	0	1	0.67
9. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ก่อนครั้งนี้	1	0	1	0.67
10. ความชื่นชอบในสถานที่ทางธรรมชาติ	1	0	1	0.67

ตอนที่ 2 ความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว

1. ความเข้าใจเรื่องคุณสมบัติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0	1	1	0.67
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	1	0	1	0.67
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว	1	0	1	0.67
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม	1	1	0	0.67
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์	1	0	1	0.67
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม	1	1	0	0.67
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1	1	0	0.67
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง	1	0	1	0.67
9. จดจำประทับใจ/ เข้าใจ	1	0	1	0.67
10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง	1	1	0	0.67

ตอนที่ 3 การให้ความสำคัญกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี	1	0	1	0.67
2. การลดทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย	1	1	1	1.00

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ	1	1	1	1.00
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น	1	1	0	0.67
6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	1	1	0	0.67
7. การประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	1	0	1	0.67
8. การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน	1	1	0	0.67
9. การให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ	1	1	0	0.67
10. การวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ	1	1	1	1.00

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

1. แสดงความเป็นมิตร	1	1	1	1.00
2. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสมควร	1	0	1	0.67
3. ช่วยเหลือเท่าที่จะช่วยได้	1	0	1	0.67
4. ช่วยกันอนุรักษ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1.00
5. ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	1	1	1	1.00
6. งดเว้นการกระทำที่จะทำให้ลายแหล่งทรัพยากร	1	1	0	0.67
7. ชื้อตรงต่อนักท่องเที่ยว	1	0	1	0.67
8. ไม่เข้าซื้อบริเวณก่อนความรำคาญเพื่อขายของ	1	0	1	0.67
9. ช่วยรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	1	0	1	0.67
10. ช่วยดูแลรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1.00

ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อมั่น



Reliability

Notes

Output Created		10-FEB-2016 19:52:15
Comments		
Input	Data	C:\Documents and Settings\Windows_XP\Desktop\reliability.sav
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <pre> /VARIABLES= à·ÔèÀÇà°Ô§ÊÁéÔ§ÊÁÁπ îÔÁáÁ;à»ÁÔèÁ¹áÁÔÁ¹ÁÛéçéÔÁÇÑ² ¹,ÁÁÁ ÁÔπÇÒÁàçéÔã"ÍÁèÔ§ÁÔ;«Ôé§·Ô§Ç Ñ²¹,ÁÁÁçÍ§¾xé¹·Ôè·èÍ§à·ÔèÁÇ »ÁÐÊº;ÔÁ³¹"Ô;î;ÔÁÁÔÊèÇ¹ÁèÇÁ ÁÔ;ÔÁáÁ;à»ÁÔèÁ¹çéÍÁÛÁÁÐÊÇèÒ §;Ñ¹ à»ç¹¼ÛèàçéÔÁèÇÁ;Ô"îÁÁÁÁÔ;î;Çè Ôà»ç¹¼ÛéªÁ ¹Ñ;·èÍ§à·ÔèÁÇÁÔ;ÔÁáÁ;ÔÊ¾Ñ²¹ÔÈÑ îÁÁÔ¾ /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPH A /SUMMARY=MEANS . </pre>
Resources	Elapsed Time	0:00:00.16
	Memory Available	524288 bytes
	Largest Contiguous Area	524288 bytes
	Workspace Required	848 bytes

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	40	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

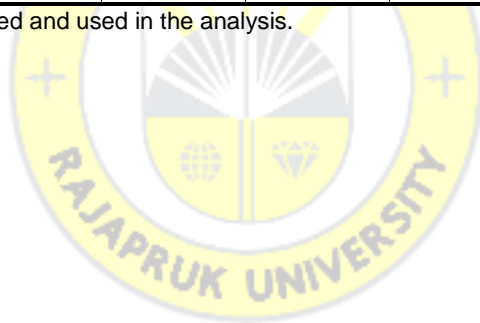
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.864	.863	10

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.250	3.100	3.400	.300	1.097	.011	10

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.



Notes

Output Created		10-FEB-2016 19:54:32
Comments		
Input	Data	C:\Documents and Settings\Windows_XP\Desktop\reliability.sav
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <pre> /VARIABLES=; N%AO;AIAeOS%I'O ;OAA'.AN%AO;A.Oeà;O'pçOÁ"Óà»ç 'aAD;OAA'çÍšàEÖA ;OAAÑ;ÉOáADÈešàEÄOÁçOÁEÄO ;ÉAOÁçÍš.AN%AO;A.ÄÄÄªOµO ;OÄ»ÄDEO';OÄ%N²'O;OÄ.èÍšà.ÖeÄ Ç ;OÄ.èÍšà.ÖeÄÇ.ÖeÄÍšÄÑº;O";ÄÄÄª¹ .éÍš¶Öè¹ ;OÄÄÖÈèÇ¹ÄeÇÁçÍšªØÁª¹.éÍš¶Öè¹ /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPH A /SUMMARY=MEANS . </pre>
Resources	Elapsed Time	0:00:00.06
	Memory Available	524288 bytes
	Largest Contiguous Area	524288 bytes
	Workspace Required	656 bytes

Reliability

Notes

Output Created		10-FEB-2016 19:56:29
Comments		
Input	Data	C:\Documents and Settings\Windows_XP\Desktop\reliability.sav
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <pre> /VARIABLES=; N%4A0;AIAe0S%4i'0 ;OAA'.AN%4AO;A.Oeà;O1pC0A"0à»ç 'áAD;OAA'çIšàEÖA ;OAAÑ;ÉOáADEèšàEÄOÁpC0ÁEÄO ;EÄOÄçIš.AN%4AO;A.AAAaOmO ;OÄ»ADEÖ1;OÄ%4N2'O;OÄ.eIšà.OeÄ Ç ;OÄ.eIšà.OeÄÇ.OeÄIšÄÑ°;OÄ.ÄÄÄa1 .eIšÄÖè1 ;OÄÄÖÈèÇ1ÄèÇÄçIša0Äa1.eIšÄÖè1 ;OÄ»ADEÖ1pC0AAèÇAAxIADEÇèO SÈèÇ1SÖ1.Oeà;OeÄÇçéIš ;OÄ½Öj°AAá1ÇpO'á°ÄNèSÄx1 ;OÄäEèà¼Äá¼ÄèçéIÁUÄçèÖÇEÖÄ. ÖèÈxèIäEé;N°1Ñ;eIšà.OeÄÇ /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPH A /SUMMARY=MEANS . </pre>
Resources	Elapsed Time	0:00:00.05
	Memory Available	524288 bytes
	Largest Contiguous Area	524288 bytes
	Workspace Required	1304 bytes

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

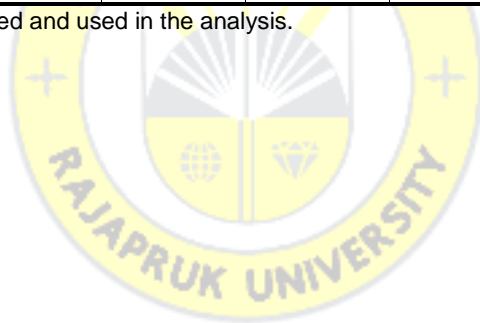
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.939	.938	10

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.425	3.250	3.750	.500	1.154	.028	10

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.



Reliability

Notes

Output Created		10-FEB-2016 19:57:29
Comments		
Input	Data	C:\Documents and Settings\Windows_XP\Desktop\reliability.sav
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <pre> /VARIABLES=áÊ´\$ÇÒÁà»ç¹ÁÔµÃ àí×éíà¿,×éíà¼×éíà¼èµÒÁÊÁÇÁ ªèÇÁªÊÁ×íà·èÒ·Òè´ÐªèÇÁª´é ªèÇÁ;Ñ¹í¹ØÃÑ;ÉíÊÁ×í¼Ñ²¹ÒáÊÁè\$·è Í\$à·ÒèÂÇ Êè\$ªÊÁÒÁáÁÐ¿,×é¹¿Ùø¹º,ÃÁÁª¹ÒÁ Á»ÁÐª¼³ÒçÍ\$·éÍ\$¶Òè¹ \$´àÇé¹;ÒÁ;ÃÐ·Ò·Òè´Ð·ÒÁÒÁªÊÁè\$· ÃÑ¼ÁÒ;Á «×éíµÁ\$µéí¹Ñ;·éÍ\$à·ÒèÂÇ ªèÇÁÃÑ;ÉÒªÇÒÁÊÐÍÒ´çÍ\$ªÊÁè\$·éÍ \$à·ÒèÂÇ ªèÇÁ´ÚáÃÑ;ÉÒ¼Á»ÁÐªÁª¹íçÍ\$¹Ñ;· éÍ\$à·ÒèÂÇ /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPH A /SUMMARY=MEANS . </pre>
Resources	Elapsed Time	0:00:00.06
	Memory Available	524288 bytes
	Largest Contiguous Area	524288 bytes
	Workspace Required	1304 bytes

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	40	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.939	.942	10

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.750	3.575	3.950	.375	1.105	.013	10

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

