



รายงานการวิจัย
เรื่อง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative
Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North
Eastern of Thailand

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อัจฉรพร เฉลิมชิต
ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์
พรวดี รักษาศรี
ปิยะวรรณ ยางคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561)



รายงานการวิจัย
เรื่อง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative
Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North
Eastern of Thailand

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อัจฉรพร เฉลิมชิต
ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์
พรวดี รักษาศรี
ปิยะวรรณ ยางคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ และควบคุมคุณภาพงานวิจัย ให้คำแนะนำและความรู้อันมีค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย และงานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีคุณธรรม ซึ่งผู้วิจัยจะนำความรู้ความสามารถไปพัฒนาในการปฏิบัติหน้าที่การงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป

คณะผู้วิจัย

2562



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย	การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้ดำเนินการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครพร เฉลิมชิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรวิดี รักษาศรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยะวรรณ ยางคำ
หน่วยงาน	หลักสูตรการจัดการ หลักสูตรการบัญชี และหลักสูตรรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปี พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 10 คน นักวิชาการ 5 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ 5 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.524$ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.559$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.247$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม

Research Title	Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North Eastern of Thailand
Researcher	Assistant Professor Dr.Auscharaporn Chalermchit Assistant Professor Thiraphat Loiwirat Assistant Professor Pornwadee Ruksasri Assistant Professor Piyawan Yangkham
Organization	Program in Management, Accounting, Political Rajabhat Maha Sarakham University
Year	2562

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) create a model cultural tourism management strategy based on creative economy of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand. 2) to test of cultural tourism management on creative tourism indicator of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand. Qualitative research is collecting data from 10 tourism industry operators, 5 academician, and 5 government officer. Quantitative research is collecting data from 200 Thai tourist and 200 Foreign tourist of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand and a set of questionnaires was the research tool. Statistics used for data analysis were stepwise multiple regression analysis. The results revealed the following finding; 1) Information obtained from in-depth interviews to consist of cultural tourism management include cultural tourism data, cultural tourism activity, cultural tourism product, and cultural tourism promotion and creative tourism indicator include attractive tourist attraction, accessibility, facilities, the ability to create a tour program, awareness / consciousness, and accommodation. 2) cultural tourism management in the aspect of cultural tourism data ($r = 0.504$), cultural tourism activity ($r = 0.524$), cultural tourism product ($r = 0.491$), and cultural tourism promotion ($r = 0.559$) had a positive correlation on creative tourism indicator overall. 2) cultural tourism management in the aspect of cultural tourism data ($\beta = 0.223$), cultural tourism activity ($\beta = 0.198$), cultural tourism product ($\beta = 0.208$), and cultural tourism promotion ($\beta = 0.247$) had a positive effect on creative tourism indicator overall.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1	
บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย	5
วิธีการศึกษา.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	37
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	51
บริบทจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	69
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	96
บทที่ 3	
วิธีดำเนินการวิจัย	110
การวิจัยระยะที่ 1	110
กลุ่มตัวอย่าง.....	111
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	111
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	111
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	112
การวิจัยระยะที่ 2.....	113
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	113
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	114

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	115
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	118
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	118
การนำเสนอข้อมูล.....	118
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	120
ผลการศึกษาระดับต้นของการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	120
ผลการศึกษาระดับต้นของการวิจัยระยะที่ 2 เพื่อตรวจสอบความตรงของทาง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ	125
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	162
สรุปผล	162
อภิปรายผล	169
ข้อเสนอแนะ	173
บรรณานุกรม.....	174
บรรณานุกรมภาษาไทย.....	174
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	178
ภาคผนวก.....	180
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์.....	181
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	185
ภาคผนวก ค ภาพประกอบในการวิจัย	193
ประวัติผู้วิจัย.....	199

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รายชื่อจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 8 เขต.....	29
2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559	70
2.3 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559	71
2.4 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ อารยธรรมและงานประเพณี.....	80
3.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	114
3.2 ค่าคะแนนการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์ (IOC).....	116
4.1 ผลสรุปการสัมภาษณ์.....	121
4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	129
4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	132
4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	133
4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	134
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	135
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริม การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	136
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	137
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	138

ตารางที่	หน้า
4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	150
4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	151
4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	152
4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	153
4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	154
4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	155
4.27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัด การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	157
4.28 ค่าสถิติที่ได้จากการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	158
4.29 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์อิทธิพลการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัด การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	160

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่แสดงเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เมืองต้องห้าม...พลาดและเมืองชายแดน	28
2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	109
4.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	161



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์

การวิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. การตอบแบบสอบถามนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย กรุณาตอบข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บไว้เป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปผลการวิจัยโปรดแนบชื่อที่และที่อยู่ของท่านมาพร้อมกับเอกสารแบบสอบถามนี้ () ต้องการ () ไม่ต้องการ
5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางสาวอัจฉรพร เณลิ้มชิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 80 ถ.นครสวรรค์ ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอขอบพระคุณที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

(นางสาวอัจฉรพร เณลิ้มชิต)

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถาม
การวิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
จังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ข้อ
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 20 ข้อ
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 24 ข้อ
2. การตอบแบบสอบถามนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย กรุณาตอบข้อมูลให้ครบถ้วนทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บไว้เป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปผลการวิจัยโปรดแนบชื่อที่และที่อยู่ของท่านมาพร้อมกับเอกสารแบบสอบถามนี้ () ต้องการ () ไม่ต้องการ
5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางสาวอัจฉรพร เฉลิมชิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
 80 ถ.นครสวรรค์ ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

ขอขอบพระคุณที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

(นางสาวอัจฉรพร เฉลิมชิต)
 อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

 ชาย

 หญิง

2. อายุ

 น้อยกว่า 30 ปี

 30 - 40 ปี

 41 - 50 ปี

 มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

 โสด

 สมรส

 หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญาตรี

 ปริญญาตรี

 สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

 น้อยกว่า 3 ปี

 3 - 5 ปี

 6 - 8 ปี

 มากกว่า 8 ปี

6. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน

 ต่ำกว่า 20,000 บาท

 20,000 - 40,000 บาท

 40,001 - 60,000 บาท

 มากกว่า 60,000 บาท

7. ประเภทของนักท่องเที่ยว

 นักท่องเที่ยวชาวไทย

 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

8. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกี่ครั้ง

 ครั้งแรก

 2 ครั้ง

 3 ครั้ง

 มากกว่า 3 ครั้ง

9. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 เลย

 มุกดาหาร

 นครพนม

 บึงกาฬ

 หนองคาย

10. ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ |
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงเกษตร |
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ |
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

11. สิ่งที่ท่านประทับใจในการมาเยือนจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด

- แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
- วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง
- ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น
- สถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก
- อาหารพื้นถิ่น
- แหล่งจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึก
- อัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
1. รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น					
2. รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service					
3. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ					
4. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ					
5. รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
6. รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว					
7. รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น					
8. รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น					
9. รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว					
10. รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 2 (ต่อ)

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
11. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก					
12. รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความพอใจ					
13. รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลาย มีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี					
14. รูปแบบเครื่องบูชา ตามความศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ					
15. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสม และสามารถซื้อได้สะดวก					
ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
16. รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย					
17. การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด					
18. รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
19. รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สีประจำจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรม ประเพณี					
20. มีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ					
1. จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม					
2. จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี					
3. จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำ					
4. จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี					
ด้านความสามารถเข้าถึงได้					
5. การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย					
6. เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี					
7. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน					
8. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
9. โรงแรมที่พักในจังหวัดมีความสะดวกสบาย					
10. ระบบสาธารณูปโภคของจังหวัด เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์สาธารณะ/ สัญญาณทาง Internet มีความสะดวกสบาย					
11. จังหวัดมีร้านอาหารคอยให้บริการอย่างเพียงพอและมีความสะอาดและปลอดภัย					
12. จังหวัดมีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวที่ทำงานมาเยือน สามารถสร้างความรู้สึกถึงความปลอดภัยได้ดี					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว					
13. มีความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว					
14. มีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมานำเสนอเป็นโปรแกรม นำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี					
15. มีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา					
16. มีความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก					
17. มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น					
18. มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม					
19. มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น					
20. มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น					
ด้านที่พัก					
21. มีกระบวนการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้านที่พักทางการท่องเที่ยว					
22. มีการส่งเสริมด้านที่พักทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น มีที่พักแบบ Home stay แบบ Farm stay					
23. มีกระบวนการด้านการจัดการที่พักเชิงวัฒนธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว					
24. มีที่พักเหมาะสม และหลากหลายตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					



ภาคผนวก ค
ภาพประกอบในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY





มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY







มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กฤตินี ญัฏฐวุฒิสิริ และคณะ. (2553). **โครงการศึกษาวิจัยพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของโลกที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรม-สังคมไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2559). **วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). **สถิติ**. <<http://newdot2.samartmultimedia.com>> 30 เมษายน 2559.
- _____. (2557). **คลังข้อมูล**. <<http://www.tourism.go.th>> 30 เมษายน 2559.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรมิฟองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2545). **ชาติที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันแสดงถึงเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรี**. กรุงเทพฯ : กระทรวงวัฒนธรรม.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). **หลักการมัคคุเทศก์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา. (2555). **การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชชมงคลธัญบุรี.
- กาญจนา แสงลัสมสุวรรณ และศรันยา แสงลัสมสุวรรณ. (2556). “การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน,” **วารสารนักรบริหาร**. 32 (4) : 139-146.
- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง, 2560 : 1-25
- คุณากร วาณิชวีรุฬห์. (2552). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). **หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑารัตน์ เจือจัน. (2555). **แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา**. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิราบุช โสภา และคณะ. (2554). **ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2551). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พริ้นติ้ง.

- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2545). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ในทศวรรษหน้า,” เศรษฐศาสตร์สุขุทัยธรรมมาธิราช. 5 (1) : 84.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. ขอนแก่น : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. (2557). การพัฒนาหัตถกรรมพื้นเมืองด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานแนวโน้มธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไตรมาสที่ 3 ปี 2560. ขอนแก่น : ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- _____. (2559). รายงานเศรษฐกิจและการเงิน 2559 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น : ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- นิตา ชัชกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตวันต์ พิษณุดำรง. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ชัดแย้งหรือสอดคล้อง?,” วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม : 13-17.
- บุญครอง ขอบขาย. (2555). ปรากฏการณ์ขอม : แนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ด. ศศ.ม. สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). ธุรกิจนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2556). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2555). ธุรกิจนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ประพล จิตคดี. (2558). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กำแพงเพชร : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2555). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำได้จริง หรือตามกระแส,” for Quality. 18 (174).
- ปรีรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทร์ทิ. (2559). “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง,” สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน.
- ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ชัดแย้งหรือสอดคล้อง?,” วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม : 4-5.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ทศวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไพร์ แอนด์ ไพร์ ฟรินด์.

- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย,” **วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์**. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม.
- พิชราภรณ์ ก้อนสิน และคณะ. (2555). **การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยวโครงข่ายสามพันโบก**. อุบลราชธานี: สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- เพียงกานต์ นามวงศ์. (2552). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนไทลื้อ หินอำเภอกะลาจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **องค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย,” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม : 6-12.
- ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย,” **วารสารสุนารี**. 6(1) : 91-109.
- ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง. (2545). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งผาลาด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาณี ชนาธิปกรณ์. (2553). “การตลาดเชิงวัฒนธรรมเกาหลีใต้ผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์และการท่องเที่ยว,” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม : 38-41.
- มรกต กำแพงเพชร. (2552). “ผู้ประกอบการไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์.” **วารสารมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น**. 3(2) : 52.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ. (2549). **โครงการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม : แนวทางการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับประเทศไทยใน 5 ปีข้างหน้า**. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2556. **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 130. ตอนพิเศษ 13 ง. หน้า 1 - 8. 29 มกราคม 2556.
- วินิธา พานิชย์. (2557). **กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วันสาด ศรีสุวรรณ. (2553). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี**. ปร.ด. สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วีระพล ทองมา วินิตรา ลีละพัฒนา และนวลจันทร์ ทองมา. (2554). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล. “การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม,” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม : 19-24.

- ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ. (2554). การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชนจาก
การท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
 ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์ และ ปิเตอร์ รักธรรม. (2557). “การศึกษาโซ่
 อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย,” **วารสารสุทธิ
 ปรัชน์.** 28(85) : 352-369.
- สรารวรรณ เรื่องกัลปวงศ์ และอรรรณพ เรื่องกัลปวงศ์. (2558). **แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วม
 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด
 จังหวัดนนทบุรี.** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2553). **โครงการเตรียมการจัดทำ
 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11.** กรุงเทพฯ : เอกสารอัดสำเนา.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2550). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว
 ชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร.** กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 กำแพงเพชร.
- สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : ก้าวแรกสู่การเป็น
 ผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ.** กรุงเทพฯ : อินทนิล.
- สาธิตา แสนคำ. (2555). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขต อำเภอเมือง
 จังหวัดร้อยเอ็ด.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
 การท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
 สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยู่ชยา. (2553). “Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนา
 เศรษฐกิจไทย,” **วารสารนักบริหาร.** ปีที่ : 30 ฉบับที่ 1 : 23-28.
- เสริม ผลเพิ่ม. (2556). **รูปแบบการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
 ไทย-ลาว ในเขตพื้นที่ชายแดนจังหวัดอุบลราชธานีและแขวงจำปาสัก.** ปริญญาปรัชญา
 ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เอกสุนันต์ สังข์เกษม. (2552). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชนของตำบล
 ท่าหิน อำเภอสีทอง จังหวัดสงขลา.** ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา.
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- อริญญา นนทราช. (2550). **การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์ เพื่อเสริม
 สร้างเศรษฐกิจชุมชนแบบยั่งยืน ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินาราย์ จังหวัดกาฬสินธุ์.
 ศูนย์ภูไทศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์.**
- อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2554). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย,” **การประชุมผู้บริหารระดับสูง
 กระทรวงวัฒนธรรม.** 28 มีนาคม 2554
- อนงค์ลักษณ์ ศรีเพ็ญ. (2552). **ศาลพระภูมิ รูปแบบการอนุรักษ์ พื้นฟู ความเชื่อ พิธีกรรม และ
 สถาปัตยกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ ปรัช. มหาสารคาม :
 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- อิทธิ คำเพราะ. (2549). **หลักสังคมวิทยา**. ปทุมธานี : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- อภิชาติ ทองอยู่. (2553). **เศรษฐกิจใหม่ : เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับสังคมผู้ประกอบการ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรรรรณ บุญพัฒน์. (2557). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย**. หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ บัณฑิตวิทยาลัย. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Black, W. C. (2006). **Multivariate Data Analysis**. 5th ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Davis, J. A. (1971). **Elementary survey analysis**. Englewood, NJ: Prentice-Hall.
- Figini, P and Vici, L. (2012). "Off-season tourist and cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini," **Tourism Management**. 32 : 825-839. Retieved March 13, 2013 from <http://www.elsevier.com/locate/tourman>.
- Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). **Tourism: Principles, practices and philosophies**. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Hawkins, J. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. Penguin Publishing.
- Kinnaird, Vivian and Hall, Derek R. (1994). **Tourism : A Gender Analysis**. Wiley : Chichester and New York.
- Lickerish, L. J. and Jenkins, C.L. (1997). **An introduction to Tourism**. Oxford : Butterworth Heinemann.
- Ohridska- Olson, R. and Ivanov, S. (2010). **Creative Tourism Business Model and Its application in Bulgaria**. Retrieved October 4, 2010, from http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf
- Richards, G. (2010a). **Creative Tourism and Local Development**. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe**. (pp. 78-90). New Mexico. USA.
- _____. (2010b). **Creative Tourism and Cultural Events**. [On - line]. Available: <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>
- Richards, G. (2007). **Cultural Tourism: Global and local perspectives**. New York : Haworth Press.

- Richards, G. and Wilson, J. (2006). **The changing context of cultural tourism-An introduction.** In G. Richards and J. Wilson (Eds.). Cultural tourism to creative tourism-Part1: The changing context of cultural tourism. Arnhem: ATLAS.
- Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management.** London : CABI Publishing.
- Suosheng Wang, Naoko Yamada and Linda Brothers. (2010). **A Case Study: Discussion of Factors and Challenges for Urban Cultural Tourism Development.** [Online]. Available : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.826/abstract>.
- UNCTAD. (2008). “Creative Economy Report 2008” (Online).
<http://www.unctad.org/Templates/StartPage.asp?intItemID=2068>,
- World Tourism Organization. (1995). **Tourism The international Business.** Bangkok : World Tourism Organization.
- Xie, S. (2004). “Authenticating Cultural Tourism : Folk Villages in Hainan, China,” **Dissertation Abstract International.** 45(3) : 3843-A ; May, 2004.
- Yang, L. (2010). Ethic Tourism and Cultural Representation. **Annals of Tourism Research.** 38(2), 561-585. Retiteved March 24, 2014, from <http://www.elsevier.com/locate/atours>.
- Yusuf, S., Nabeshima, K. (2005). **Creative Industries in East Asia.** Elsevier Ltd.

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) อัจฉรพร เฉลิมชิต
2. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Auscharaporn Chalermchit
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
4. หน่วยงาน สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถานที่ตั้งอาคาร 34 ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44000 โทรศัพท์ 043742621 ต่อ 196
5. ประวัติการศึกษา
 - พ.ศ. 2545 ปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
 - พ.ศ. 2549 ปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - พ.ศ. 2554 ปริญญาเอก สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) | นายธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ |
| 2. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) | Thiraphat Loiwirat |
| 3. ตำแหน่งปัจจุบัน | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม |
| 4. หน่วยงาน | ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถานที่ตั้งอาคาร 15
ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์
44000 โทรศัพท์ 043742621 ต่อ 196 |
| 5. ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2545 | ปริญญาตรี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| พ.ศ. 2550 | ปริญญาโท สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นางพรวดี รักษาศรี
2. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Pornwadee Ruksasri
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
4. หน่วยงาน สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถานที่ตั้งอาคาร 34 ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44000 โทรศัพท์ 043742621 ต่อ 196
5. ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2541 ปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2550 ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวปิยะวรรณ ยางคำ
2. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Piyawan Yangkham
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
4. หน่วยงาน สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถานที่ตั้งอาคาร 34 ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44000 โทรศัพท์ 043742621 ต่อ 196
5. ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2542 ปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
พ.ศ. 2549 ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณี มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีการเปิดกว้างสำหรับการนับถือศาสนาที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ทั้งนี้ยังมีการผสมผสานระหว่างความต่างทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางอารยธรรมไทย (Dong-Wan and William, 2002) ดังนั้นประเทศไทยจึงนับได้ว่าเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เต็มไปด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) ไม่น้อยกว่าประเทศใดในโลกและมีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมประเพณีและการจัดการวัฒนธรรม เป็นสิ่งบ่งชี้ที่สำคัญถึงความยั่งยืนของการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของประเทศ ที่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจของการท่องเที่ยวและการลงทุนซ้ำในทรัพยากรที่จะสร้างความได้เปรียบเหนือประเทศคู่แข่ง (Richard, 2008 : UNESCO, World Bank and IMF, 2008) และเมื่อมีกระแสในการพัฒนาประเทศด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) การท่องเที่ยวได้รับการนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศไปพร้อมกัน จึงถือเป็นโอกาสดีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในท้องถิ่นจะได้นำต้นทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่ มาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักต่อสายตารายประเทศในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ (Richards and Crispin, 2008) ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนด้วยกัน จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ความรู้ตามหลักฐานด้านต่าง ๆ ที่ปรากฏในแต่ละภูมิภาคโดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมให้คงอยู่จึงได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเศรษฐกิจของชุมชน (Koand, 2002; Mingsarn, 2007) ดังนั้นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่นจึงต้องคำนึงถึงผลประโยชน์หรือต้นทุนที่เกิดจากการพัฒนาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (Perdue et al, 1994 ; Lindberg and Johnson, 1997)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ อีกทั้งมีความพร้อมและความครบถ้วนทางการแพทย์และคุณภาพการให้บริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจรในราคาที่ย่อมเยาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค หากแต่แหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบาง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมหลายแห่งของประเทศยังขาดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อรักษาและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพเหล่านี้ รัฐบาลควรมุ่งเน้นยกระดับการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์และจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยง

ต่อการเสื่อมโทรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนและการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของ การลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดการณ์ได้อย่างแท้จริง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ดังนั้น การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญ และควรมีการนำกระบวนการ “ความคิดสร้างสรรค์” ไปผสมผสานกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเข้ากับเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่า/มูลค่าสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยมาใช้อย่างสร้างสรรค์ ทั้งการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาและการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ บนพื้นฐานของความเป็นไทยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ที่สำคัญของเศรษฐกิจและสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน (วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล, 2553)

ด้านนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (UNCTAD, 2008) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในภาพกว้างว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์การให้ความสำคัญเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหลายในรูปของสินค้าและบริการที่อาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญและความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งของทรัพย์สินทางปัญญา (UNESCO, 2006) นอกจากนี้เฮกิน (Haekins, 2001) ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ และภาคบริการเป็นสำคัญที่ได้มุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจเทคโนโลยีมาผสมผสานรวมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านกลุ่มคนคิดสร้างสรรค์ (Creative People) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) และแนวคิดเชิงสร้างสรรค์นี้ยังมีการนำไปใช้ในหลายประเทศทั่วโลก เช่น สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย จีน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ เป็นต้น โดยสหราชอาณาจักรนั้นถือได้ว่าเป็นผู้นำนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เนื่องจากได้เริ่มมีการดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มาเป็นเวลากว่า 10 ปี ตั้งแต่ในช่วง ค.ศ. 1997 ซึ่งเป็นปีก่อนตั้ง Creative Task Force ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬา (Department of

Culture, Media and Sport: DCMS) เพื่อรับผิดชอบดูแลอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งต่อมา ค.ศ. 2005 ได้พัฒนาต่อเนื่องกลายเป็นโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy Program) เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศสูงถึงร้อยละ 7.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งคิดเป็นสองเท่าของมูลค่าอุตสาหกรรมอื่น และมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมดังกล่าว เพิ่มขึ้น 1.8 ล้านคน (Kea et al, 2006)

ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นกุญแจสำคัญของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งมีความยืดหยุ่นและมีความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่จะแทนการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Richard, 2001) นอกจากนี้เจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่นมีทุนทางวัฒนธรรมเป็นทั้งศิลปินและเป็นผู้เชี่ยวชาญในงานต่างๆ เช่น สถาปนิกนักประพันธ์ นักเต้น นักออกแบบ นักดนตรี นักวาด ช่างภาพอย่างสร้างสรรค์ (James and Gray, 2001) ในแง่มุมมองของนักท่องเที่ยวการกระตุ้นทางวัฒนธรรมแรงจูงใจทางวัฒนธรรมและความดึงดูดทางวัฒนธรรมส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรมด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม และเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงซึ่งใช้เวลาหลายคืน ในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น (Bywater, 1993) หากท้องถิ่นรู้จักใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่มาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนอีกครั้งและหากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจนั้น นับเป็นทางเลือกที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับประเทศพร้อมทั้งขยายสู่ระดับภูมิภาคได้เป็นอย่างดี และความต้องการส่งเสริมการกระตุ้นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินและลดความแตกต่างทางเชื้อชาติ พร้อมกันนี้ (Wang, 2000) ยังได้ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวหลายกลุ่มได้แสวงหาการดำรงอยู่ของสิ่งที่เป็นตนเองอย่างแท้จริง มากกว่าการตามหาคุณค่าทางวัตถุ

ดังนั้น แล้วคำว่าเศรษฐกิจจึงล้นแล้วแต่ข้อเกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างแยกกันไม่ออก ซึ่งสามารถนำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าสินค้าหรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์เป็นหลักและเป็นแนวการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอยู่บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษาการสร้างสรรค์งานการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ทางสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ จากความหมายและความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถนำเอาแนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดกหรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา อย่างไรก็ตามในเชิงพื้นที่ประเทศไทย แม้ว่าจะมีต้นทุนและศักยภาพด้วยกิจกรรมที่พร้อมจะให้นักท่องเที่ยวมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้และซึมซับความเป็นจิตวิญญาณของพื้นที่ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ มากมาย (ธีระ สนิทชารักษ์, 2553) แต่ก็ยังไม่สามารถกระจายทั้งการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มไปในพื้นที่ต่างๆในประเทศไทยได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากต้องอาศัยความร่วมมือของเจ้าของพื้นที่ของกิจกรรมและการรับรู้ผ่านด้านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆเป็นสำคัญ และเพื่อเป็นการเชื่อมโยงแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวยังประเทศไทยและขยายสู่พื้นที่ระดับภูมิภาค

ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทย โดยเฉพาะชายแดนไทย-ลาว ถือเป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ คุณค่ามรดกวัฒนธรรม และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ในปี พ.ศ. 2557-2559 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 6,032,498 คน 6,991,181 คน และ 7,273,959 คน ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 783,657 คน 829,528 คน และ 855,096 คน ตามลำดับ และถ้าพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน รวมถึงมูลค่ารายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2557-2559 มีรายได้จาก นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 9,924 ล้านบาท 11,750 ล้านบาท และ 12,758 ล้านบาท ตามลำดับ และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 1,048 ล้านบาท 1,149 ล้านบาท และ 1,223 ล้านบาท ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัดรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง ศึกษาถึงอัตลักษณ์ คุณค่า ศักยภาพและรูปแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวของภูมิภาคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างไร และส่งผลให้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมนั้นสามารถส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง สร้างสรรค์ได้ พร้อมทั้งให้สอดคล้องกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ สำหรับการนำแนวคิดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น ทำให้สามารถสร้างคุณค่าและศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภูมิภาคและเป็นการเพิ่มสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ เกิดประโยชน์ทางการท่องเที่ยว โดยภาพของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีเสถียรภาพสูงสุด และ ยังส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวยุคสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.1 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 2.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ
 - 2.2 ด้านความสามารถเข้าถึงได้
 - 2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 2.4 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว
 - 2.5 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก
 - 2.6 ด้านที่พัก

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

- 1) ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่เป้าหมายในการศึกษาค้างนี้ คือ จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม

2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งเรียกว่าการศึกษาแบบผสมผสานวิธี (Mix Method) ข้อมูลเชิงคุณภาพขอบเขตของผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ข้อมูลเชิงปริมาณ ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน โดยเปิดตารางของ Krejcie และ Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

3) ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยแบ่งเป็น

3.1) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.2) เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4) ขอบเขตด้านการศึกษา

4.1) การวิจัยระยะที่ 1

4.1.1) การศึกษาเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อกำหนดแนวทางและกรอบแนวคิดในงานวิจัย

4.1.2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (Onwuegbuzie and Collins, 2007; Creswell, 2013) โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และมีเกณฑ์ในการพิจารณาคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview Question) (Merriam, 1998) เป็นการสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยคำถามต่างๆ ในแบบสอบถามแต่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนในคำตอบได้ และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ผ่านการตรวจและให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

4.2) การวิจัยระยะที่ 2

4.2.1) การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้จึงอิงกับการวิจัยเชิงคุณภาพและทฤษฎีของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.2.2) การสังเคราะห์และพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยในช่วงระหว่างขอบเขตของระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 จนถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2561 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods) โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อร่างกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นจึงเริ่มการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว เพื่อหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อการสังเคราะห์และการสร้างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 คือ การศึกษาเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อกำหนดแนวทางและกรอบแนวคิดในงานวิจัยจากนั้นเริ่มต้นการวิจัยเชิงคุณภาพ

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (Onwuegbuzie and Collin, 2007; Creswell, 2013) โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และมีเกณฑ์ในการพิจารณาคูณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview Question) (Merriam, 1998) เป็นการสัมภาษณ์ที่จะประกอบด้วยคำถามต่างๆ ในแบบสอบถาม แต่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนในคำตอบได้ และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ผ่านการตรวจและให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูล ตามแนวคิดของ Saldana (2009)

2) จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำผลเพื่อสรุปผล ดีความ เพื่อหาทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

ระยะที่ 2 เพื่อตรวจสอบความตรงของทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้จึงอิงงานวิจัยเชิงคุณภาพและทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1) ผู้วิจัยกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม

เครื่องมือในการวิจัย คือ การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบ Likert Scale โดยผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือประกอบด้วยความตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และทดสอบ (Try Out) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2) จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำมาผลเพื่อสรุปผล ดีความ เสริมผลการวิจัยเชิงคุณภาพตามแบบแผนการวิจัยเชิงอธิบายตามลำดับเวลา และการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ผลการวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของการศึกษาดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง คนที่มีสัญชาติอื่นที่ไม่ใช่สัญชาติไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม
3. จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หมายถึง จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม

4. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการจัดการกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาสัมผัสกับวิถีชีวิตตลอดจนความเป็นอยู่ของชุมชนอื่น เช่น วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของชุมชนกับแขกผู้มาเยือน เพื่อสร้างประโยชน์และรายได้ให้กับชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.1 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบของข้อมูลที่เผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวหรือคนทั่วไปผ่านรูปแบบที่หลากหลาย เช่น คู่มือ แผ่นพับ Website หรือศูนย์บริการ เป็นต้น ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่ พิพิธภัณฑสถาน ท้องถิ่น ประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยว

4.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นและน่าสนใจที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้นๆ มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมได้อย่างมีความสุขและได้รับความสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น เช่น มีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม เป็นต้น

4.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง สินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่ระลึก ที่สามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการทางด้านติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว คนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการให้ข้อมูลชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

5. ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ตัวชี้วัดของการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนนั้น ประกอบด้วย

5.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

5.2 ด้านความสามารถเข้าถึงได้ หมายถึง การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

5.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่รองรับการท่องเที่ยวเพื่อทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกสบาย ประกอบด้วย สินค้าและบริการการท่องเที่ยว ที่พักแรม คมนาคมและการขนส่ง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยว

5.4 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็ว รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่จะเดินทางไป เพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

5.5 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก หมายถึง กระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น

5.6 ด้านที่พัก หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยที่เหมาะสมและเอกลักษณ์กับแหล่งท่องเที่ยว หรือท้องถิ่นนั้นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ทราบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
4. บริบทจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ ประพล จิตคติ (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลของการเปลี่ยนแปลงจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง เพื่อแสวงหาสิ่งแปลกใหม่จากที่อยู่เดิมของตนไม่รวมการเดินทางที่หารายได้หรือก่อให้เกิดรายได้จากการเดินทางนั้นๆ

นิตา ชัชกุล (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

กุลวรา สุวรรณพิมล (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ หรือการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในกรณีนั้น

กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่พักอาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปยังที่พักอาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรงแม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจการทำงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น การเดินทางไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตามสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับคือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่

จุฬารัตน์ ทองเพ็ญ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจสังคมและประชาชนของประเทศรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นและเข้าใจถึงวัฒนธรรม ประเพณีและนอกเหนือจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนมีประสบการณ์สร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวและมีได้ประกอบอาชีพ

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์ จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชม การแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา (ธุรกิจ) การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข สำคัญ 3 ประการ คือ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ตามที่องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ.2506 ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

จากความหมายของนักวิชาการข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่า กิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเป็นการเดินทางออกจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อื่นๆ เพื่อความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ การพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน หรือตามความต้องการของตนเอง ซึ่งการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวและมีได้ประกอบอาชีพและการไปอยู่อาศัย

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก มีมูลค่ากว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กอปรกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีรายละเอียด ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

1) สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลก

1.1) การท่องเที่ยวทั่วโลกมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization: UNWTO) พบว่าในปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ที่ 1.2 พันล้านคน โดยในช่วงปี 2553 - 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6 ทั้งนี้ UNWTO ได้คาดการณ์ว่าในปี 2573 จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก จำนวนกว่า 1.8 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ซึ่งคาดการณ์เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จำนวน 535 ล้านคน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 57 ในจำนวนดังกล่าวแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 293 ล้านคน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 187 ล้านคน โอเชียเนีย จำนวน 19 ล้านคน และเอเชียใต้ จำนวน 36 ล้านคน

1.2. ในปี 2558 การท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) มีการเติบโตจากปี 2550 ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 6.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ร้อยละ 3 ต่อปี ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว ได้แก่

1.2.1) ปัจจัยโดยตรง (Direct Contribution) ประกอบด้วย การใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงการใช้จ่ายของรัฐบาลในภาคบริการด้านการท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อ GDP ของการท่องเที่ยวโลกประมาณ 2.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 31 และ 2) ปัจจัยโดยอ้อม (Indirect Contribution) ประกอบด้วย การลงทุนจากอุตสาหกรรมอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การใช้จ่ายของรัฐบาลในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป และการซื้อสินค้าและบริการโดยธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อ GDP การท่องเที่ยวโลก ทำให้ในปี 2558 มีมูลค่าต่อ GDP การท่องเที่ยวโลก ประมาณ 5.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐหรือคิดเป็นร้อยละ 69 ของมูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก

2) สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.1) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้นติดอันดับที่ 11 ของโลก สะท้อนให้เห็นจากแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยในระยะที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 14 ล้านคน ในปี 2552 มาเป็น 29.8 ล้านคน ในปี 2558 ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 11 ของโลก ประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี และลาว ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) พบว่าในช่วงปี 2554 - 2558 มีการเติบโตกว่าร้อยละ 9 ต่อปี โดยในปี 2557 นักท่องเที่ยวไทยเดินทางคิดเป็น 136.2 ล้านคนครั้ง และเพิ่มสูงขึ้นในปี 2558 ที่ 138.8 ล้านคนครั้ง

2.2) รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี 2556 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1.2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.08 จากปีที่ผ่านมา แม้ว่าในปี 2557 จะมีเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเหลือจำนวน 1.17 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 4.93 แต่รายได้ก็สามารถปรับตัวขึ้นสูงกว่าระดับเดิมมาอยู่ที่ 2.23 ล้านล้านบาท ในปี 2558 ซึ่งในจำนวนนี้แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 1.44 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 0.79 ล้านล้านบาท นอกจากนี้จากการเก็บสถิติของ UNWTO ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 44.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือสูงเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ทั้งนี้ คาดการณ์ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี 2559 จะมีรายได้รวม 2.4 ล้านล้านบาท และในปี 2560 จะมีรายได้สูงถึง 2.5 ล้านล้านบาท

2.3) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อครั้งสูงขึ้นถึงแม้วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะลดลง โดยในปี 2558 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการใช้จ่ายเป็นจำนวน 5,072.69 บาทต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ 6.23 ในทางตรงกันข้าม จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวลดลงมาอยู่ที่เฉลี่ย 9.55 วัน ซึ่งลดลงร้อยละ 3.5 จากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระยะใกล้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและมาเลเซียรวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน อนึ่ง ปัจจัยโดยรวมยังส่งเสริมการพัฒนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาทิ สถานการณ์ภายในประเทศที่เริ่มดีขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจีน และค่าโดยสารสายการบินระหว่างประเทศที่ลดลง

3) การประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.1) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยหากจะพิจารณาจากความพร้อมและศักยภาพของประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยยังมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งหลายประการ เช่น ท่าเรือที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อุตสาหกรรมบริการของไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ในปี 2558 World Economic Forum (WEF) ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก โดยหากพิจารณาในด้านที่สำคัญ พบว่าด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 16 ด้านโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางอากาศ อยู่ในอันดับที่ 17 ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในอันดับที่ 34 ด้านความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในอันดับที่ 60 ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของไทย

3.2) การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติหลายอันดับ เช่น กรุงเทพฯ ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 โดย Master Card (Master Card's Asia Pacific Destinations Index 2015) รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของเอเชีย ในปี 2558 จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิวัฒนาการ ในปี 2557 รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยมจาก TTTG Travel Awards ในปี 2557 และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสารธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคแอฟริกาใต้ ในปี 2554 ติดต่อกันเป็นเวลา 9 ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับโลก อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถคงความนิยมและรักษาอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

3.3) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังคงมีทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน และศักยภาพในการพัฒนาตามวงจรการท่องเที่ยว ดังนี้

3.3.1) การวางแผนและตัดสินใจเที่ยว ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีการจัดการและการทำการตลาดได้เป็นอย่างดี จากการจัดอันดับของ WEF ทางด้านประสิทธิภาพของการตลาดประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในปี 2558 ประเทศไทยได้รับคะแนน 5.4 จาก 7.0 หรือเป็นอันดับที่ 23 จาก 141 ประเทศ ทั่วโลก อย่างไรก็ตามพบว่ายังมีโอกาสที่จะพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดได้ อาทิ การอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการดำเนินการขอวีซ่า การพัฒนาระบบวางแผนท่องเที่ยวและระบบจองบัตรโดยสาร รวมทั้งการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

3.3.2) การเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ความครอบคลุมของเครือข่ายเที่ยวบินระหว่างประเทศและการเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศอื่นในภูมิภาค ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย จากการจัดอันดับของ International Air Transport Association ในด้านอัตราส่วนที่นั่งต่อกิโลเมตร บินต่อสัปดาห์ (Available International Seat-Km per Week) ในปี 2558 ประเทศไทยมีอัตราส่วนดังกล่าวสูงถึง 2,206 ที่นั่ง ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 จาก 141 ประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีข้อจำกัดในด้านความเชื่อมโยงของระบบขนส่งมวลชนระหว่างสนามบินและตัวเมือง ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของสนามบิน และปัญหาขาดแคลนบุคลากร เป็นต้น

3.3.3) การพักอาศัยในประเทศไทย จากการสำรวจข้อมูลโรงแรมและสถานที่พักแรมในประเทศไทย พบว่า มีจำนวนที่เพียงพอ มีความหลากหลาย และอยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม จากผลสำรวจ ห้องพักโดย Euro monitor และธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี 2558 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนห้องพักมากกว่า 632,000 ห้อง โดยมีการเติบโตกว่าร้อยละ 3 ต่อปี ในช่วงปี 2554 - 2558

และยังได้รับคะแนนจาก TripAdvisor ในปี 2558 ด้านคุณภาพของโรงแรมสูงถึง 4.8 จาก 5.0 อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในด้านมาตรฐานและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์โลก

3.3.4) การเดินทางภายในประเทศไทย ระบบการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีความพร้อมในระดับหนึ่ง โดยมีเส้นทางการคมนาคมทางอากาศเชื่อมโยงสู่เมืองหลักและเมืองรองอย่างครอบคลุมทั้งประเทศ มีเส้นทางการคมนาคมทางถนนที่ได้มาตรฐาน แต่ยังมีปัญหาในด้านการบริหารจัดการและการเชื่อมโยงของระบบขนส่งมวลชน ปัญหาในด้านคุณภาพและมาตรฐานของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ เส้นทางที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง ตลอดจนการขาดระบบข้อมูลและสารสนเทศที่นำมาใช้พัฒนาและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

3.3.5) ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีชื่อเสียงจำนวนมากซึ่งกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค อีกทั้งบุคลากรไทยมีความโดดเด่นด้านการบริการ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวหลักในบางพื้นที่ ทำให้เกิดปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อมที่ไม่ยั่งยืน ปัญหาด้านความสามารถทางภาษาซึ่งจะส่งผลต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต หากยังไม่มีมาตรการด้านการบริหารจัดการอย่างเร่งด่วนเพื่อรักษาระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.3.6) ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพการบริการและมีเครือข่ายอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารที่ค่อนข้างครอบคลุมแต่ในด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของประเทศไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เกิดอาชญากรรม อุบัติเหตุ และการหลอกลวงนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ซึ่งจากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี 2558 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 89 ของโลก ในด้านสุขอนามัย อันดับที่ 116 ในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และอันดับที่ 132 ในด้านความปลอดภัย โดยทั้งสามมิตินี้เป็นจุดที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนา เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

3.3.7) การทบทวนประสบการณ์การท่องเที่ยวหลังจากเดินทางกลับ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยได้รับคะแนนความพึงพอใจที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยโดย Trip Advisor ในปี 2558 ที่สูงถึง 4.6 จาก 5.0 คะแนน อย่างไรก็ตาม จำนวนข้อความแสดงความคิดเห็นเชิงบวกผ่านสื่อออนไลน์ยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวเขา พบว่ามีเพียง 120 ข้อความต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1,000 คน เมื่อเทียบกับประเทศออสเตรเลียซึ่งเป็นประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ประสบความสำเร็จในด้านการได้รับความความคิดเห็นเชิงบวก จากนักท่องเที่ยวกว่า 718 ข้อความต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1,000 คน บน Trip Advisor ในปีเดียวกันจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยตามวงจรการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้สูง แต่ยังคงการรักษาแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ยังต้องปรับปรุงและภาพลักษณ์ด้านลบ

ต่อเนื่องที่ต้องเร่งแก้ไข ความสะอาดและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอีกประเด็นที่ประเทศไทยต้องให้ความสนใจในการพัฒนา เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวตลาดคุณภาพ

4) แนวโน้มสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกในอนาคต เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มของโลก ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์แนวโน้มหลักของโลกหลายประการที่จะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย โดยปัจจัยและแนวโน้มที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ดังนี้

4.1) การเติบโตของชนชั้นกลางและรายได้ที่เพิ่มขึ้น (Growing Middle Class and Rising Disposable Income) ด้วยพัฒนาการทางเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่องและโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น ประชากรในกลุ่มชนชั้นกลางทั่วโลก มีแนวโน้มการเติบโตกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ในช่วงปี 2552 - 2573 โดยปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก และเมื่อพิจารณา 10 อันดับสูงสุดของนักท่องเที่ยวขาเข้าในประเทศไทย พบว่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีสัดส่วนของกลุ่มคนชนชั้นกลางค่อนข้างสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวอินเดีย อีกทั้งคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตของสัดส่วนของกลุ่มคนชนชั้นกลางเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความเต็มใจในการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในระดับสูง ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการทางด้านคุณค่าและมีความสอดคล้องทางด้านภาษากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อเป็นการแปรแนวโน้มของโลกให้เป็นการพัฒนาทางด้านรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

4.2) การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carriers [LCC] on the rise) จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการเชื่อมต่อและเพิ่มความสะดวกในเส้นทางการเดินทางภายในและระหว่างประเทศทั่วโลก อันจะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเดินทางและลดค่าใช้จ่าย จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของการเดินทางและจำนวนของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยคาดการณ์ว่าความต้องการท่องเที่ยวด้วยบริการสายการบินต้นทุนต่ำจะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อเดินทางท่องเที่ยว มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 26 ของการเดินทางทางอากาศทั่วโลก โดยในประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 24 สำหรับเที่ยวบินระหว่างประเทศ และร้อยละ 63 สำหรับเที่ยวบินในประเทศ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการสนับสนุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเส้นทางคมนาคมทางอากาศ รวมถึง การส่งเสริมความร่วมมือของสายการบินในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศสู่เมืองรองต่างๆ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและการเชื่อมต่อระหว่างประเทศ เชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ อาทิ จีนและอินเดีย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศดังกล่าวให้เดินทางสู่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

4.3) การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุซึ่งมีการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวสูง (Ageing population with high willingness to spend) จากการคาดการณ์ของ Horwath HTL ในอีก 35 ปี ข้างหน้าหรือภายในปี พ.ศ. 2593 จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อประชากรโลกเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดเพียงร้อยละ 12 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มที่มีความเต็มใจในการใช้จ่ายใช้สอยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีสูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น เช่น กลุ่ม Millennials หรือกลุ่ม Gen Y

ถึง 3 เท่า โดยในปี 2558 นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุทั่วโลก มีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8,736 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม Millennials เฉลี่ยอยู่ที่ 2,915 เหรียญสหรัฐ ดังนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงและควรให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวตามหลักการ Tourism For All เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

4.4) การใช้เทคโนโลยีระหว่างการท่องเที่ยว (Adoption of travel technology during the travel journey) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้สื่อสังคมออนไลน์หรือช่องทางออนไลน์มีส่วนสำคัญในการสืบค้นข้อมูลและเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว จากการคาดการณ์ของ Euro monitor พบว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของรายได้จากการใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวทั่วโลก (Global online travel revenues growth) อยู่ที่ร้อยละ 10 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจาก 166 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2554 เป็น 363 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2563 อย่างไรก็ตาม โครงสร้างพื้นฐานและศักยภาพด้านระบบสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยในปัจจุบันยังเป็นข้อจำกัดการพัฒนา ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาและส่งเสริมระบบการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์และสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ให้กับธุรกิจท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวของไทยยังล้าหลังด้านการส่งเสริมข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทางออนไลน์ที่ต้องเร่งพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

4.5) นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นประสบการณ์และให้ความสำคัญกับความรู้เชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Experiential travelers with more sophisticated expectations) ปัจจุบันนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ ทั่วไป โดยต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ และการจัดสรรแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น

4.5) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism segment trends) เนื่องด้วยปัจจัยและแนวโน้มที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนจากเดิม อีกทั้งวิวัฒนาการดังกล่าวยังจะส่งผลสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวโลก โดยสามารถจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกเป็น 13 กลุ่ม แนวโน้มในระยะ 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวที่ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และทางทะเล และชายหาด อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่งมาจากความแพร่หลายของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์หรือสื่อสังคมดิจิทัล อีกทั้งความต้องการสัมผัสแหล่งวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มมีแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจน เช่นเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คาดว่าจะมีอัตรา

การเติบโตเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณเช่นเดียวกัน ทั้งหมดนี้เป็นผลสืบเนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นและความต้องการในบริการแบบครบวงจรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้บังคับซึ่งนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ

5) ผลกระทบจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่อภาพรวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต

5.1) ประเทศไทยมีโอกาสสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ แนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการท่องเที่ยว แต่ด้วยปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและมีการเติบโตของปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ ของอุปสงค์หรือศักยภาพด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ประเทศไทยมีโอกาสสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

5.2) การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตควรมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายเชิงคุณภาพของการเติบโตด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อประเทศไทยรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคตเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

5.2.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องมาจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ อีกทั้งมีความพร้อมและความครบถ้วนทางการแพทย์และคุณภาพการให้บริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจรในราคาย่อมเยาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค หากแต่ว่าแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบาง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมหลายแห่งของประเทศยังขาดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นเพื่อรักษาและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพเหล่านี้ รัฐบาลควรมุ่งเน้นยกระดับการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์และจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

5.2.2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงระดับรองสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า และกลุ่มนักท่องเที่ยวทางน้ำและเรือสำราญ โดยการพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูงและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพิจารณารายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละสาขาการท่องเที่ยวนั้นมีรายได้ที่แตกต่างกัน อาทิ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีรายได้ระดับปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชั้นนำหรือมีรายได้อ่อนข้างสูง ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและมีเป้าหมายด้านรายได้จากการท่องเที่ยว จึงควรให้ความสำคัญในระดับสูง (Priority) และระดับสูงมาก (High Priority) กับการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีขีดความสามารถเหนือประเทศอื่นในภูมิภาค อีกทั้งต้องเล็งเห็นการเติบโตของความต้องการในตลาด เพื่อคว้าโอกาสที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในภูมิภาคในกลุ่มท่องเที่ยวที่ประเทศไทยโดดเด่น เช่น กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาด เป็นต้น

นอกจากนั้น บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2556) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ กล่าวคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นสินค้าส่งออก (Invisible Export) โดยไม่มีการส่งสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวออกไปขายยังต่างประเทศจริง ๆ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทางและซื้อสินค้าบริการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเอง เช่น นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบินมาชมวัดพระแก้ว ก็จะจ่ายค่าที่พักแรมค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว และค่าสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางและซื้อสินค้าอีกทั้งบริการการท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวนี้ สามารถนำไปช่วยลดภาวะการขาดดุลการค้าและการขาดดุลการชำระเงินของประเทศให้น้อยลง หรืออาจทำให้เกิดการเกินดุลก็ได้ อันเป็นการส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

3) การท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน กล่าวคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้แรงงานส่วนใหญ่ในลักษณะของการต้อนรับให้บริการ จึงมีการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การจ้างงานทางตรงได้แก่ อาชีพในธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ส่วนการจ้างงานทางอ้อมได้แก่อาชีพทางเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหาร อาชีพทางด้านหัตถกรรม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึก อาชีพก่อสร้างหรือบริการในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ งานการธนาคารในการบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น นับว่าเป็นการสร้างอาชีพให้เกิดขึ้นมากมาย ก่อให้เกิดการจ้างงานและช่วยแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศด้วย

4) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ กล่าวคือ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการกระจายรายได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะนำเงินไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาจะมีปัญหาความแตกต่างในการพัฒนาระหว่างตัวเมืองกับชนบทรัฐบาลควรวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นชนบท จะช่วยให้ชาวชนบทสามารถขายสินค้าและบริการ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง ช่วยให้ชาวชนบทมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

5) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น ประชาชนในท้องถิ่นนั้นอาจยังไม่สามารถผลิตบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ จึงจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าและบริการจากนอกชุมชนหรือจากต่างถิ่นต่อมาเมื่อการดำเนินกิจการบริการทางการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ก็จะมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้เอง การสั่งซื้อจากนอกชุมชนจะน้อยลง ซึ่งจะส่งผลดีให้แก่ท้องถิ่นนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้น

6) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เนื่องจากเงินตราที่นักท่องเที่ยวนำมาจับจ่ายให้สอยจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เชื่อว่ารายได้ที่เกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องอีกหลายรอบ เมื่อรวมรายได้รอบต่างๆ เข้าด้วยกันจะพบว่าเมื่อมีการผลิตและรายได้มีมูลค่าสูงขึ้นกว่ารอบแรกหลายเท่าตัว หลักการดังกล่าวนี้ในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ผลของตัวทวีคูณ” (Multiplier Effect) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นที่ยอมรับกันว่ามีค่าผลของตัวทวีคูณอยู่ในระดับสูง ทำให้เกิดการกระตุ้นการผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องให้สูงขึ้นด้วย

3. รูปแบบของการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้จำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกเป็น 13 กลุ่ม ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
- 2) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (Sea Sun Sand Tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE)
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)
- 6) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism)
- 7) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism)
- 8) การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและความบันเทิง (Entertainment Tourism)
- 9) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism)
- 10) การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ (Ecotourism)
- 11) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)
- 12) การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism)
- 13) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism)

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

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

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

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

นอกจากนั้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติซึ่งสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขาป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืดเป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด

2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออก 3 ชนิด ได้แก่

2.1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ กาแฟ เมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

2.2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอดอาหาร งานทาบุงูญ ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่นการประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้นหมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้าหมู่บ้านทอผ้าหมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัดตลาดน้ำ

2.3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม

องค์ประกอบที่ 2 การบริการด้านการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรมบริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างไ้ก็ดี ความไม่ปลอดภัยอาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา ซึ่งภัยต่างๆ เหล่านี้้อาจเป็นอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว จึงควรมีมาตรการในการสร้างความปลอดภัยอย่างจริงจัง และเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริการการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 การตลาดด้านการท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยววนั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยว ทำได้ 2 วิธี คือ

1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูล ข่าวสาร การท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตนกล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยววนั้นอยู่ที่ความแตกต่าง

ในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพันเป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุนสังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล

2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรคกิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับ การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่ง ในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระต๊อบระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่าง ประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจ คนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้าย สัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเที่ยวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่ง อำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด รววจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้ นักท่องเที่ยว

3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุน เครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขา สาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถใน การแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่ง งาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้าน การท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วม ในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่นจัดทำหลักสูตร การฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดโดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบ การเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงิน เพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการลดหย่อนทางภาษี

5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชน ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้

เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริม การทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแลบริหาร และวิเคราะห์สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างประเทศ

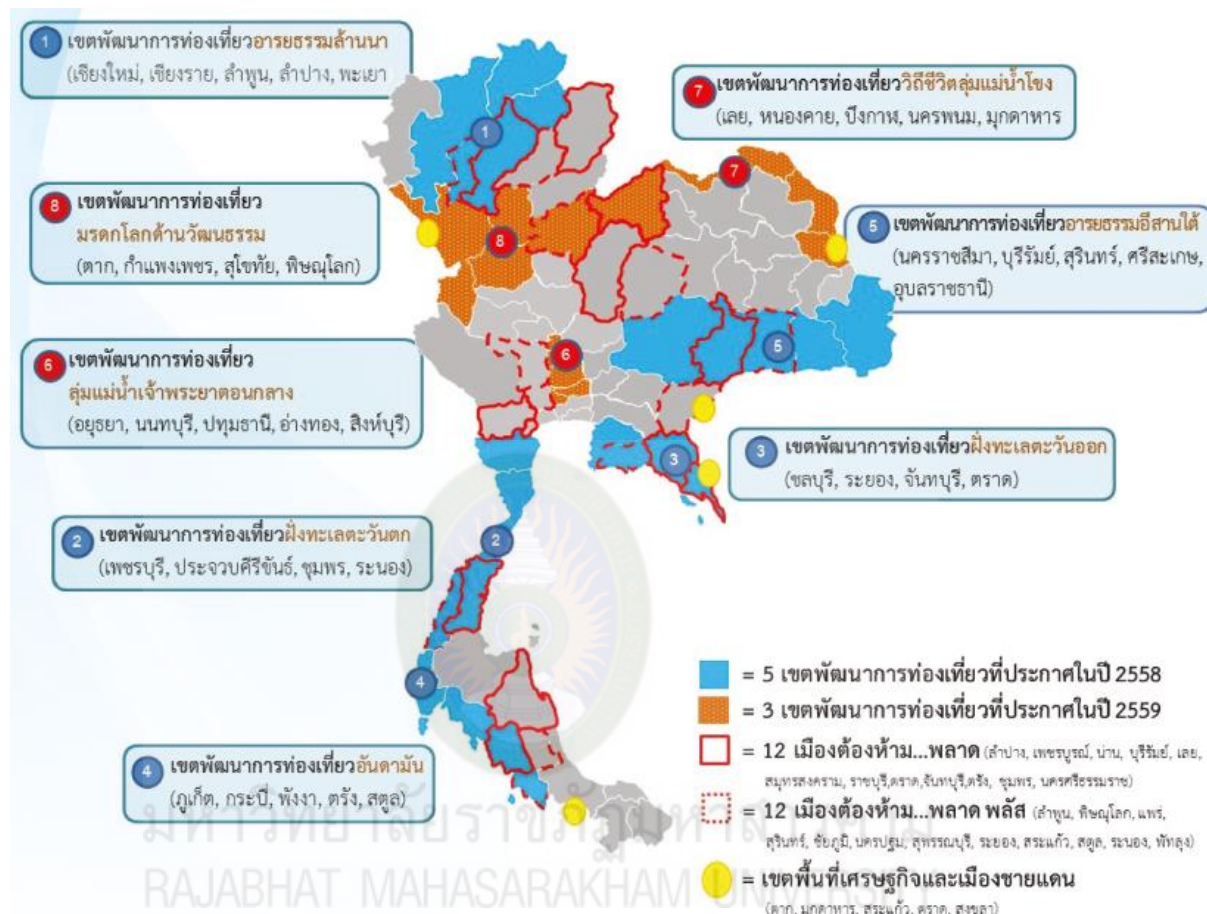
1) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่าง มีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงาน หลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ส่งเสริม การกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบงานการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้อง กับความต้องการของหน่วยงานในทุกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริม การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

2) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

3) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อ การท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ และการจัดตั้ง หน่วยงานบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้ใช้งาน

4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสาน ความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้ กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่างๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ของประเทศไทย และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC)

เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ



ภาพที่ 2.1 แผนที่แสดงเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เมืองต้องห้าม...พลาต และเมืองชายแดน

ตารางที่ 2.1 รายชื่อจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 8 เขต

ลำดับ	เขตพัฒนาการท่องเที่ยว	จังหวัด
1	อารยธรรมล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา
2	ฝั่งทะเลตะวันตก	เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง
3	ฝั่งทะเลตะวันออก	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด
4	อันดามัน	ภูเก็ต พังงา กระบี่ ตรัง สตูล
5	อารยธรรมอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
6	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง	พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี อ่างทอง ปทุมธานี นนทบุรี
7	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	หนองคาย เลย บึงกาฬ นครพนม มุกดาหาร
8	มรดกโลกด้านวัฒนธรรม	สุโขทัย ตาก กำแพงเพชร พิษณุโลก

หมายเหตุ : จังหวัดในลำดับแรกเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560)

5. ระเบียบ ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีรูปแบบการพัฒนาที่สืบเนื่องมายาวนาน และเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลากหลายประเภทและเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว การมีกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับเพื่อควบคุมพฤติกรรม และการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะผู้ดูแลรับผิดชอบพื้นที่และการท่องเที่ยวจึงควรทราบถึงระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น อย่างไรก็ตามปัจจุบันหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้กำลังอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจส่งผลให้ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอาจมีปรับเปลี่ยนไปในอนาคต ดังนั้นหากต้องการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องของกฎหมายควรตรวจสอบระเบียบที่ทันสมัยหรือปรึกษาผู้มีความรู้ เช่น นิติกร หรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

5.1 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 เป็นพระราชบัญญัติที่มีเกี่ยวข้องกับการจัดตั้งองค์กรที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” และระเบียบข้อบังคับในการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งนิยามคำในพระราชบัญญัติที่สำคัญ เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายความว่า อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว 4) การกิจ

การขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว

6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินการอื่นใด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายความว่า ผู้ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว หมายความว่า บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อันเป็นที่ตั้งโดยปกติไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

พระราชบัญญัติฉบับนี้กำหนดให้จัดตั้งองค์การขึ้นเรียกว่า “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” หรือเรียกโดยย่อว่า “ททท.” มีฐานะเป็นองค์กรนิติบุคคล มีหน้าที่ความรับผิดชอบตามมาตรา 9 ดังนี้

- 1) ให้คำปรึกษา แนะนำ ร่วมมือและประสานงานกับส่วนราชการ องค์กร สถาบันนิติบุคคลและเอกชน ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร
- 2) ส่งเสริม ร่วมมือ หรือดำเนินการในการฝึกอบรมและให้การศึกษาวิชาการต่างๆ เพื่อสร้างบุคลากรให้ได้มาตรฐานและเพียงพอในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 3) ส่งเสริมการทัศนศึกษา
- 4) สำรวจและรวบรวมหลักฐานต่างๆ จากส่วนราชการ องค์กร สถาบันนิติบุคคลและเอกชนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5) สำรวจ กำหนดพื้นที่และสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐและให้อยู่ในความควบคุมดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยให้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกา
- 6) สำรวจ วางแผนและดำเนินการ จัดสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ ปั้นฟูบูรณะ หรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ภายใต้บังคับกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ
- 7) ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็น รวมตลอดถึงการลงทุนหรือร่วมทุน เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว
- 8) กู้หรือยืมเงินภายในและภายนอกราชอาณาจักร
- 9) ให้กู้หรือให้ยืมเงินโดยมีหลักประกันด้วยบุคคลหรือทรัพย์สิน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 10) ออกพันธบัตรหรือตราสารอื่นใด เพื่อการลงทุนหรือร่วมทุนในกิจการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 11) ถือกรรมสิทธิ์ หรือมีสิทธิครอบครองหรือมีทรัพย์สินสิทธิต่างๆ สร้าง ซื้อจัดหา ขาย จำหน่าย เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม รับจำนำ รับจำนอง ทำการแลกเปลี่ยน โอน รับโอน หรือดำเนินการใดๆ เกี่ยวกับทรัพย์สินทั้งในและนอกราชอาณาจักรตลอดจนรับทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้
- 12) กระทำกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากรายละเอียดจะเห็นว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในด้านการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในเชิงภาพรวม ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเห็นได้ว่าการกำกับดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึก และธุรกิจงานนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งผู้ดำเนินธุรกิจเหล่านั้นจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรวมทั้งพระราชกฤษฎีกาและกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง หากว่าผู้ประกอบการไม่ได้ดำเนินการใดๆ ตามกฎหมายหรือกฎระเบียบที่อยู่ในกำกับดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยอำนาจหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถดำเนินการกับผู้ประกอบการนั้นๆ ได้ เช่น สั่งเพิกถอนใบอนุญาต หากธุรกิจนั้นต้องขึ้นทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5.2 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 เป็นพระราชบัญญัติที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานการประกอบธุรกิจนำเที่ยว การปฏิบัติหน้าที่ การแต่งกาย มารยาท และความประพฤติของมัคคุเทศก์และการอย่างอื่นที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ นิยามคำในพระราชบัญญัติ

ธุรกิจนำเที่ยว หมายความว่า การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร และหรือมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายความว่า ผู้ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ตามพระราชบัญญัตินี้

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายความว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นักท่องเที่ยว หมายความว่า บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่ โดยปกติ ไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ และให้หมายความรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยเสียค่าบริการด้วย

มัคคุเทศก์ หมายความว่า ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทนค่าบริการ หมายความว่า ค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจ่ายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว สำหรับการจัดการให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางสถานที่พัก อาหาร และการทัศนอาจร ในลักษณะเป็นการเหมาจ่าย

ผู้ว่าการ หมายความว่า ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ใบอนุญาต หมายความว่า ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว หรือใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ แล้วแต่กรณี

นายทะเบียน หมายความว่า นายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพมหานคร และนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัด ซึ่งผู้ว่าการแต่งตั้งการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจนำเที่ยว เว้นแต่จะต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน การขอรับใบอนุญาต การออกใบอนุญาต และแบบใบอนุญาตให้เป็นไปตามแบบหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนด ในกฎกระทรวง การอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ หมายความว่า การประกอบธุรกิจนำเที่ยว ไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใด ในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด และจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น

2) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ หมายความว่า การประกอบธุรกิจนำเที่ยว ไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในราชอาณาจักร

3) การประกอบธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ หมายความว่า การประกอบธุรกิจนำเที่ยว ไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศหรือนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในประเทศ

กฎกระทรวง พ.ศ. 2536 ได้กำหนดให้ธุรกิจนำเที่ยวต้องไม่กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง เกียรติยศ และจรรยาบรรณของธุรกิจนำเที่ยว อันเป็นมาตรการ อย่างหนึ่งของการส่งเสริมและควบคุมธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในปี พ.ศ. 2541 จึงได้มีการกำหนด พฤติกรรมที่ถือว่าเป็นการกระทำที่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง เกียรติยศ และจรรยาบรรณของธุรกิจ นำเที่ยวไว้ ดังนี้

1) ประกอบธุรกิจโดยไม่ซื่อสัตย์สุจริต หรือไม่รับผิดชอบ หรือขาดคุณธรรม หรือกระทำการอื่นใด เพื่อแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ

2) เสนอราคานำเที่ยวหรือรับจัดนำเที่ยวในราคาต่ำกว่าทุน ซึ่งโดยในความเป็นจริงไม่ อาจจะเป็นไปได้ นอกจากจะแสวงหาผลประโยชน์ต่างๆ อันไม่ชอบในภายหลัง

3) การที่ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวได้เรียก หรือรับ หรือยินยอมจะรับประโยชน์ อันไม่เป็นธรรมจากมัคคุเทศก์

4) การบังคับ หรือใช้อำนาจครอบงำมัคคุเทศก์ให้ขายรายการนำเที่ยวนอก รายการปกติ (Optional Tour) ในราคาสูงผิดปกติ

5) การหาประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมจากนักท่องเที่ยว เช่น ขอค่าบำเหน็จ การขอรับการสนับสนุนและรับการอุปถัมภ์ด้านพาหนะและอื่นๆ จากผู้ขายสินค้าที่ระลึก ร้านค้าอัญมณี หรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง โดยตอบแทนด้วยการนำนักท่องเที่ยวไปซื้อสินค้าหรือบริการจากร้าน ดังกล่าว ถ้าเป็นการกระทำไปโดยทราบว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีราคาสูงผิดปกติ หรือหลอกลวง เพื่อให้ได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการดังกล่าว

6) ไม่จ่ายค่าจ้างหรือไม่คืนเงินค่าใช้จ่ายที่มัคคุเทศก์ต้องสำรองจ่ายไปก่อนเพื่อ การจัดนำเที่ยวให้กับมัคคุเทศก์ภายใน 30 วัน นับจากที่มีคำขอ

7) ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ได้กระทำหรือ สนับสนุนให้มีการกระทำดังต่อไปนี้

7.1) การกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการทำลายสิ่งแวดล้อม การทารุณสัตว์ การค้าแรงงานข้ามชาติ การค้าประเวณี หรือกิจกรรมทางเพศ และยาเสพติด

7.2) การกระทำที่ขาดมนุษยธรรม

7.3) การกระทำอื่นใดที่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียอย่างร้ายแรงต่อศีลธรรม และวัฒนธรรมอันดีของไทย

8) ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องร่วมกัน กำหนดขึ้น โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์การเป็นมัคคุเทศก์ ห้ามมิให้ผู้ใด เป็นมัคคุเทศก์เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์จากนายทะเบียน การขอรับใบอนุญาต การออก ใบอนุญาต และแบบใบอนุญาต ให้เป็นไปตามแบบหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง การอนุญาตให้เป็นมัคคุเทศก์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) มัคคุเทศก์ทั่วไป หมายความว่า มัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยว ครอบคลุมในทุกสาขา สำหรับนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ โดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศ

2) มัคคุเทศก์เฉพาะ หมายความว่า มัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยว เฉพาะสาขา เช่น สาขาประวัติศาสตร์ โบราณคดี และการนำเที่ยวป่า เป็นต้น อันเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในสาขานั้นๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการจะทราบ สำหรับผู้ฝ่าฝืนดำเนิน ธุรกิจนำเที่ยว หรือเป็นมัคคุเทศก์โดยมิได้รับใบอนุญาต พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดโทษไว้ในกรณี ที่ฝ่าฝืนซึ่งมีโทษจำคุกปรับ และโทษทั้งจำและทั้งปรับ

5.3 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 เป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตดำเนินการกิจการห้องพักรักษาตัวเพื่ออยู่หรือพักชั่วคราว นิยามคำในพระราชบัญญัติ

โรงแรม หมายความว่า บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้น เพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว

นายทะเบียน หมายความว่า เจ้าพนักงานซึ่งรัฐมนตรีได้แต่งตั้งขึ้นให้มีหน้าที่รับจดทะเบียนและควบคุมโรงแรม

ผู้พัก หมายความว่า คนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดซึ่งเจ้าสำนักจัดให้พักอาศัยในโรงแรมเพื่ออยู่ หรือพักชั่วคราว โดยจะเสียสินจ้างหรือไม่ก็ตาม

เจ้าสำนัก หมายความว่า บุคคลผู้ควบคุมและจัดการโรงแรม

โรงแรมจะเปิดดำเนินการได้ก็ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตและจดทะเบียน โดยถูกต้อง โดยนายทะเบียนจะอนุญาตเมื่อโรงแรมนั้นมีความมั่นคง ความสะอาด ช่องอากาศ และสถานที่ ไม่ขัดกับอนามัย ไม่เป็นแหล่งมั่วสุม สำหรับใบอนุญาตดังกล่าวจะใช้ได้ปีต่อปี การออกใบอนุญาต จะต้องมีการเสียค่าธรรมเนียมด้วยตามกฎหมาย การเปลี่ยนชื่อหรือยี่ห้อ การย้ายสถานที่ การเพิ่มหรือลดจำนวนห้องสำหรับพักในโรงแรมจะทำได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากนายทะเบียนผู้ใดเปิดโรงแรมขึ้นโดยมิได้รับใบอนุญาตอย่างถูกต้อง มีความผิดซึ่งมีโทษปรับและอาจถูกยึด หรือเพิกถอนใบอนุญาต

7.4 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 เป็นพระราชบัญญัติที่กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมสถานบริการบางประเภท ซึ่งอาจดำเนินการไปในทางกระทบกระเทือนต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมของประชาชนและจัดให้มีการแสดงเพื่อความบันเทิงในสถานบริการนั้นๆ อย่างไม่เหมาะสมเป็นเหตุให้เยาวชนเอาเยี่ยงอย่างจนประพฤติดัวเสียมทรามลง กฎหมายนี้จึงควบคุมสถานบริการดังกล่าว รวมถึงการแสดงเพื่อรักษาไว้ซึ่งความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของชาติต่อไป นิยามคำในพระราชบัญญัติ

สถานบริการ หมายความว่า สถานบริการที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ในการค้า ดังต่อไปนี้

- 1) สถานเต้นรำ รำวงหรือร้องเงิง ประเภทที่มีและประเภทที่ไม่มีหญิงพาดเนอร์บริการ
- 2) สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายและบริการ โดยมีหญิงบำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า หรือโดยมีที่สำหรับพักผ่อนหลับนอน หรือมีบริการนวดให้แก่ลูกค้า
- 3) สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัว ซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า
- 4) สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง

พนักงานเจ้าหน้าที่ สำหรับกรุงเทพมหานคร หมายความว่า ผู้บัญชาการตำรวจนครบาล ส่วนในจังหวัดอื่น หมายความว่า ผู้ว่าราชการจังหวัด

การจัดตั้งสถานบริการต้องได้รับการอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการมีหน้าที่ต้องควบคุมการแสดง มิให้เป็นไปในทางลามกหรืออนาจาร และมีให้สัตว์ร้ายเข้าร่วมการแสดงในสภาพที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ชม หากฝ่าฝืนเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งให้งดการแสดงเช่นนั้นได้

5.5 พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 เป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งปลูกสร้างหรือสิ่งก่อสร้างสรรค์โดยคนรุ่นก่อนๆ โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์เป็นกิจกรรมที่จะต้องมีการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เนื่องจากสิ่งปลูกสร้างหรือผลงานของคนโบราณเหล่านี้ถือเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดมาสู่คนรุ่นลูกหลาน และสิ่งเหล่านี้ไม่อาจสร้างทดแทนขึ้นมาใหม่ได้หากถูกทำลายหรือพังทลายไป เนื่องจากความมีคุณค่าของโบราณสถาน โบราณวัตถุเหล่านี้ คือ ความเก่าแก่ที่บอกเรื่องราวความเป็นมาของอดีต

นิยามคำในพระราชบัญญัติ

โบราณสถาน หมายความว่า อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ ในทางศิลปะประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย

โบราณวัตถุ หมายความว่า สंहาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณ ไม่ว่าจะเป็
 สิ่งประดิษฐ์ หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน
 ซากมนุษย์หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์ หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับ
 ประวัติของสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ในทางศิลปะประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี

ศิลปวัตถุ หมายความว่า สิ่งที่ทำด้วยฝีมืออย่างประณีตและมีคุณค่าสูงในทางศิลปะ
 เพื่อป้องกันผลกระทบต่อโบราณสถานที่ยื่นทะเบียนโดยประกาศของอธิบดีกรมศิลปากรแล้ว รัฐมนตรีว่า
 การกระทรวงศึกษาธิการมีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดให้ผู้เข้าชมปฏิบัติในระหว่างเข้าชมได้ และ
 จะกำหนดให้ผู้เข้าชมเสียค่าเข้าชมหรือค่าบริการอื่นด้วยก็ได้ การจัดให้เข้าชมโบราณสถานที่มีเจ้าของ
 หรือผู้ครอบครองโดยชอบด้วยกฎหมาย โดยเรียกเก็บค่าเข้าชมหรือค่าบริการอื่นและเพื่อประโยชน์ใน
 การส่งเสริมการศึกษาและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม อธิบดีอาจอนุญาตเป็นหนังสือให้บุคคลใดเข้าไป
 ดำเนินกิจการใดๆ เพื่อหาประโยชน์ในบริการโบราณสถานที่ได้ยื่นทะเบียนแล้ว และมีใช้เป็นโบราณ
 สถานที่มีเจ้าของหรือผู้ครอบครองโดยชอบด้วยกฎหมายสำหรับกรณีที่ยังคงมีกิจกรรมจัด
 กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์และมีโบราณสถานอยู่ด้วย
 จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่กำหนดไว้

5.6 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 เป็นพระราชบัญญัติที่กำหนดขึ้นเพื่อ
 คุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เช่น พันธุ์ไม้และของป่า สัตว์ ตลอดจนสัตว์ที่สูญ ป่าและ
 ภูเขาให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติตามเดิม มิให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไป เพื่ออำนวยประโยชน์ทั้ง
 ทางตรงและทางอ้อมแก่รัฐและประชาชนสืบไป นิยามคำในพระราชบัญญัติ

ที่ดิน หมายความว่า พื้นที่ดินทั่วไป และให้หมายความรวมถึงภูเขา ห้วยหนอง คลอง บึง
 บาง ลำน้ำ ทะเลสาบ เกาะ และที่ชายทะเลด้วย

อุทยานแห่งชาติ หมายความว่า ที่ดินที่ได้กำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติตาม
 พระราชบัญญัตินี้

ไม้ หมายความว่ารวมถึง พันธุ์ไม้ทุกชนิดทั้งที่เป็นต้น เป็นกอ เป็นเถา ตลอดจนส่วนต่างๆ
 ของไม้

สัตว์ หมายความว่ารวมถึง สัตว์ทุกชนิด ตลอดจนส่วนต่างๆ ของสัตว์ สิ่งที่เกิดจากสัตว์
 และสิ่งที่สัตว์ทำขึ้น

เพื่อเป็นการคุ้มครองพื้นที่อุทยานแห่งชาติให้คงสภาพเดิมมากที่สุด และให้การเข้าไปใน
 อุทยานแห่งชาตินั้นก่อให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุดหรือไม่เกิดเลย พ.ร.บ. อุทยานแห่งชาติได้กำหนด
 ข้อห้ามไว้ครอบคลุมกิจกรรมจำนวนมาก เป็นการห้ามมิให้บุคคลใดกระทำการดังต่อไปนี้ ภายในเขต
 อุทยานแห่งชาติ

- 1) ยึดถือหรือครอบครองที่ดินรวมตลอดถึงก่อสร้าง แผ้วถาง หรือเผาป่า
- 2) เก็บ หา นำออกไป ทำด้วยประการใดๆ ให้เป็นอันตรายหรือทำให้เสื่อมสภาพ
 ซึ่งไม้ ยางไม้ น้ำมันยาง น้ำมันสน แร่ หรือทรัพยากรธรรมชาติอื่น
- 3) นำสัตว์ออกไป หรือทำด้วยประการใดๆ ให้เป็นอันตรายแก่สัตว์
- 4) ทำด้วยประการใดๆ ให้เป็นอันตรายหรือทำให้เสื่อมสภาพแก่ดิน หิน กรวด หรือ
 ทราย

- 5) เปลี่ยนแปลงทางน้ำหรือทำให้น้ำในลำน้ำ ลำห้วย หนอง บึง ท่วมตันหรือเหือดแห้ง
- 6) ปิดหรือทำให้กีดขวางแก่ทางน้ำ ทางบก
- 7) เก็บ ทา นำออกไป ทำด้วยประการใดให้เป็นอันตราย หรือทำให้เสื่อมสภาพซึ่งกล้วยไม้ น้ำผึ้ง ครั่ง ถ่านไม้ เปลือกไม้ หรือมูลค้างคาว
- 8) เก็บ หรือทำด้วยประการใดๆ ให้เป็นอันตรายแก่ดอกไม้ ใบไม้ หรือผลไม้
- 9) นำยานพาหนะเข้าออก หรือขับขี่ยานพาหนะในทางที่มีได้จัดไว้เพื่อการนั้นวันแต่จะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่
- 10) นำอากาศยานขึ้นลงในที่ที่มีได้จัดไว้เพื่อการนั้น วันแต่จะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่
- 11) นำหรือปล่อยปศุสัตว์เข้าไป
- 12) นำสัตว์เลี้ยง หรือสัตว์พาหนะเข้าไป เว้นแต่ได้ปฏิบัติตามระเบียบที่อธิบดีกำหนดโดยอนุมัติของรัฐมนตรี
- 13) เข้าไปดำเนินการใดๆ เพื่อหาผลประโยชน์ เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่
- 14) ปิดประกาศ โฆษณา หรือขีดเขียนในที่ต่างๆ
- 15) นำเครื่องมือสำหรับล่าสัตว์หรือจับสัตว์ หรืออาวุธใดๆ เข้าไป เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ และปฏิบัติตามเงื่อนไขซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้อนุญาตได้กำหนดไว้
- 16) ยิงปืน ทำให้เกิดระเบิดซึ่งวัตถุระเบิด หรือจุดดอกไม้เพลิง
- 17) ส่งเสียงอื้อฉาว หรือกระทำการอื่น อันเป็นการรบกวนหรือเป็นที่เดือดร้อนรำคาญแก่คนหรือสัตว์
- 18) ทิ้งขยะมูลฝอยหรือสิ่งต่างๆ ในที่ที่มีได้จัดไว้เพื่อการนั้น
- 19) ทิ้งสิ่งที่เป็นเชื้อเพลิงซึ่งอาจทำให้เกิดเพลิง

ในกรณีที่มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ เป็นเหตุให้มีสิ่งปลูกสร้างขึ้นใหม่หรือมีสิ่งอื่นใดในเขตอุทยานแห่งชาติผิดไปจากสภาพเดิม ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งให้ผู้กระทำความผิด ทำลายหรือถอนสิ่งนั้นๆ ออกไปให้พ้นอุทยานแห่งชาติ หรือทำให้สิ่งนั้นๆ กลับสู่สภาพเดิม แล้วแต่กรณี ถ้าผู้กระทำความผิดไม่ปฏิบัติตามหรือไม่รู้ตัวผู้กระทำความผิด หรือเพื่อป้องกันหรือบรรเทาความเสียหายแก่อุทยานแห่งชาติ พนักงานเจ้าหน้าที่จะกระทำการดังกล่าวแล้วอย่างใดอย่างหนึ่งเสียเองได้ตามสมควรแก่กรณี

นอกจากกฎหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมแล้ว ยังมีกฎหมายอื่นอีกซึ่งมีความเกี่ยวข้องและผู้ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบหรือจัดการการท่องเที่ยวควรทราบ อย่างไรก็ตามที่มีได้นำรายละเอียดมากกล่าวในเรื่องนี้ เนื่องจากกฎหมายเหล่านี้จะเกี่ยวกับภาพรวมและหมายรวมถึงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับประเทศ เช่น ระเบียบเกี่ยวกับการเข้าเมืองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศ หรือการขอคืนภาษีของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของวัฒนธรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตและ ภูมิปัญญาของไทยเป็นมรดกตกทอดอันทรงคุณค่าที่บรรพบุรุษได้สั่งสมความรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมา จากรุ่นสู่รุ่นนับเป็นสิ่งที่มีความค่า คงไว้ซึ่งความภาคภูมิใจและอนุรักษ์ไว้ให้ยั่งยืน

กฤตินี ญัฐวุฒิลิธิ และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งทีปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ เกิดขึ้นและดำรงอยู่อย่างสอดคล้องกลมกลืนกับการใช้ชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย และวัฒนธรรมยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างกัน ผ่านระบบสัญลักษณ์ ด้วยความตระหนักนี้ จึงนำไปสู่การสังเคราะห์ของ “โครงการศึกษาวิจัยพลวัต การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของโลกที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรม-สังคมไทย” เพื่อทำความเข้าใจและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในขอบข่ายและบริบททางวัฒนธรรมโลกในระดับกว้าง ด้วยการกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ (Working Definition) อันสะท้อนคุณลักษณะร่วมที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการ คือ

- 1) วัฒนธรรมมีความเป็นพลวัต (Dynamic) ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงผันแปรได้ตามกาลเวลาและขอบข่ายบริบทของปัจจัยแวดล้อมในแต่ละสังคม
- 2) วัฒนธรรมสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Learn/ Exchange) โดยการปะทะรังสรรค์ หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมในหลากหลายรูปแบบ วัฒนธรรมจึงมีลักษณะของการเป็นองค์รวมในการสะสมความรู้และภูมิปัญญาของมนุษย์ในสังคม
- 3) วัฒนธรรมสามารถแบ่งปัน (Share) ระหว่างคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ชุมชนใดชุมชนหนึ่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นรูปแบบของการสื่อสารระหว่างกันโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ หรือความคิดร่วมของสมาชิกในสังคมนั้นๆ
- 4) วัฒนธรรมมีความแตกต่างหลากหลาย (Diverse) ในตัวเอง ไม่อาจแยกออกจากวิถีชีวิตประจำวัน หรือตีกรอบการอธิบายขอบประเพณีด้วยเพียงวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่ง

อนงค์ลักษณ์ ศรีเพ็ญ (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงามของแนวทางการดำเนินชีวิตตามแบบแผนของความประพฤติ ที่มนุษย์กำหนดขึ้นรับ สืบทอด ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ยึดถือเป็นค่านิยม นำมาปฏิบัติเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี ทำให้สังคมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สมาชิกในสังคมมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันและมีศีลธรรมอันดี

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ยึดถือเป็นค่านิยมของไทยเป็นมรดกตกทอดอันทรงคุณค่าที่บรรพบุรุษได้สั่งสมความรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นนับเป็นสิ่งที่มีความค่า คงไว้ซึ่งความภาคภูมิใจและอนุรักษ์ไว้ให้ยั่งยืน

2. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

กฤตินี ณัฏฐาภูมิสิทธิ์ และคณะ (2553) ได้กล่าวถึงสภาวะทางธรรมชาติของโลกดังกล่าวได้นำไปสู่การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสวัฒนธรรมใหม่ (Emerging Culture) แบ่งออกได้เป็น 6 กระแสวัฒนธรรม ดังนี้

1) กระแสวัฒนธรรมสากล (Cosmopolitan Culture) เป็นกระแสที่สะท้อนภาพความเป็นธรรม การยอมรับในความแตกต่างและความเสมอภาคภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและการพัฒนาเทคโนโลยี ที่ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงของผู้คนให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้มากขึ้น โดยข้ามข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่นอกเหนือจากการเป็นพลเมืองของประเทศใดประเทศหนึ่งแล้ว (National Citizen) ผู้คนที่หลากหลายต่างรับรู้ว่าคุณค่าของตนเองมีเสรีภาพ (Culture of Freedom) ที่จะคิดและแสดงออกในอีกฐานะหนึ่งที่เป็นพลเมืองของโลก (Global Citizen) ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้โลกอยู่ภายใต้อุปสรรคและโอกาสซึ่งเป็น Global Common ที่ทุกคนจะต้องร่วมเผชิญ จึงกลายเป็นการเปิดเวทีแห่งความร่วมมือ (Collaborative Platform) การแบ่งปันสิ่งดีงามทั้งความรู้ ประสบการณ์ และโอกาส ตลอดจนความห่วงใย (Culture of Care and Share) ให้แก่เพื่อนมนุษย์ร่วมโลก ปรากฏเป็นกระแสวัฒนธรรมสากล (Cosmopolitan Culture)

2) กระแสวัฒนธรรมเสมือนจริง (Virtual Culture) และ 3) กระแสวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทันควัน (Reflexive Culture) ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ นำไปสู่การเกิดขึ้นของกระแสวัฒนธรรมเสมือนจริง (Virtual Culture) และวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทันควัน (Reflexive Culture) อันส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เกิดขึ้นได้อย่างเสรี ข้ามข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ และเข้าถึงบุคคลได้โดยตรง เกิดเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) ซึ่งนำไปสู่การไหลเวียนและความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) ที่มากขึ้น โดยมีกระบวนการสื่อสารผลักดันการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ในวงกว้าง (Open Source) หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อ การแสดงตัวตน (Self Expression) และเพื่อประสานประโยชน์ความสนใจร่วมกัน (Common Value)

4) กระแสวัฒนธรรมตามจริต/ใจฉัน (“Me” Culture) เป็นกระแสที่สะท้อนถึงสภาวะความล้มสลายทางจิตวิญญาณ อันเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของฐานอำนาจในปัจจุบันที่ลดทอนการรวมศูนย์ลงกลายเป็นการกระจายอำนาจที่ส่งผลถึงระดับบุคคลปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นพื้นที่ต่างใจ ตามแต่ความต้องการในแต่ละคน (Individualism) ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเห็นได้จากรูปแบบการแสวงหาความสุข (Pursuit of Happiness) โดยมุ่งเพียงความต้องการชั่วขณะมากกว่าการมุ่งมั่นสู่สังคมองค์รวมที่ดีกว่าในอนาคต อาทิ กลุ่มที่มีความลุ่มหลงในรูปแบบการดำเนินชีวิต มองว่าการใช้ชีวิตเป็นเรื่องที่สวยงาม และสนุกสนาน กลุ่มที่มีความลุ่มหลงในฐานะทางสังคม ให้ความสำคัญกับเงินตรา ความมั่งคั่ง ชื่อเสียง เกียรติยศ การได้รับการยอมรับ นับหน้าถือตา เป็นที่เกรงขาม และเคารพของคนในสังคม

5) กระแสวัฒนธรรมรำลึก (Cultural Reminiscence) เป็นกระแสที่สะท้อนถึงกระบวนการส่งต่อ หรือการสืบทอดทางมรดกวัฒนธรรม ท่ามกลางความหลากหลายของสังคม “ยุคหลังสมัยใหม่” (Postmodern) ที่มนุษย์ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Immediacy) อย่างยากแก่การคาดเดากะเกณฑ์ได้ (Indeterminacy) จนเกิดภาวะความรู้สึกไม่มั่นใจในตัวตน ขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ความรู้สึกปลอดภัยเริ่มถดถอย ประกอบกับความรู้สึกไม่มั่นคง แนนอน มีเสถียรภาพใน

ชีวิตที่เคยมีอยู่ก็ลดน้อยลงไปเรื่อยๆ จึงทำให้มนุษย์เริ่มหันมองย้อนกลับไปหาวันคืนที่เคยงดงามในอดีต (Good Old Day) ปรากฏการณ์โหยหาอดีตหรือการหวนรำลึกถึงชีวิตและประสบการณ์ครั้งเก่าก่อนจึงได้ก่อตัวและมีแนวโน้มที่จะปรากฏเด่นชัดยิ่งขึ้น โดยจัดเป็นปฏิกิริยาตอบโต้ต่อขีดจำกัดของสถานที่และเวลาในโลกความเป็นจริง ผ่านการใช้ความรู้สึก จินตนาการ และช่องทางวัฒนธรรม ที่ได้ขยายผลกลายเป็นการจำลองอดีตผ่าน สินค้า บริการ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ โดยเฉพาะในโลกทุนนิยมตอนปลาย ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริโภคและเพื่อ “การสืบทอดมรดกวัฒนธรรม (Inheritance of Cultural Heritage)”

6) กระแสวัฒนธรรมธรรมาภิบาล (Governance Culture) คือ กระแสโลกาภิวัตน์ ผลักดันให้ผู้คนจากหลากหลายประเทศได้ถูกหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวในฐานะพลเมืองของโลก สิ่งเหล่านี้เป็นทั้งอุปสรรคและโอกาสที่ทุกคนบนโลกจะต้องร่วมเผชิญ รัฐบาลของแต่ละประเทศไม่อาจที่จะดูแลภาคส่วนและประชาชนของตนเองได้อย่างทั่วถึงเหมือนเช่นในอดีตอีกต่อไป กล่าวคือ การที่จะสามารถดำรงอยู่ภายใต้โลก Liquid Phase Modernity ได้นั้น สังคมมนุษย์จะต้องปรับไปสู่สังคมแห่งธรรมาภิบาล (Good Governance Society) ที่มีความโปร่งใส (Clear) มีความห่วงใย (Care) มีความเป็นธรรม (Fair) ตลอดจนมีการแบ่งปันซึ่งกันและกัน (Share) การไหลเวียนเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม โลกาภิวัตน์ รวมถึงการก่อเกิดกระแสวัฒนธรรมใหม่ได้ส่งผลให้ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยได้รับผลกระทบทั้งที่เป็นอุปสรรคและโอกาสจากการเข้าสู่ภาวะไร้พรมแดน ไม่สามารถปิดกั้นหรือจำกัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เฉพาะเพียงวัฒนธรรม “ดั้งเดิม” ของตนเองอีกต่อไป ส่งผลต่อการสร้าง และวางระเบียบแบบแผน คุณลักษณะของวิถีชีวิตด้วยมุมมองใหม่และยากแก่การคาดเดาได้ถึงผลลัพธ์อันเกิดจากอิทธิพลของกระแสวัฒนธรรมดังกล่าว ในการปรับตัวจึงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจต่อผลกระทบทั้งในภาพรวม และในระดับเฉพาะที่ส่งผลต่อโครงสร้างวัฒนธรรม-สังคม เพื่อสามารถวางแนวยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความสุขของสังคมได้ในลำดับต่อไป

นอกจากนั้น กฤตินี ณีรัฐวุฒิสสิทธิ์ และคณะ (2553) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารจัดการทางวัฒนธรรม 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) กระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Quest for Cultural Identity) ความสำคัญของกระบวนการนี้เพื่อเป็นการสร้างฐานการต่อยอดทางวัฒนธรรมโดยใช้ทุนมนุษย์ คือ คนในชุมชนเป็นส่วนหนึ่งในการค้นหาอัตลักษณ์ เช่น กิจกรรมอนุรักษ์ ส่งเสริม สืบสานงาน ด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา เพื่อให้สามารถสร้างเรื่องราวการนำเสนอวัฒนธรรมอย่างมีลมหายใจ กล่าวคือ มีการเคลื่อนไหวของจิตวิญญาณผู้คนอันเป็นจุดแข็งของการแสดงชุด “Impression Lijieng” นอกจากนี้อาจมีการจัดกิจกรรมที่สะท้อนภาพลักษณ์ของพื้นที่โดยเชื่อมโยงภูมิปัญญาของชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน

2) กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง (Civic Participatory Act) กระบวนการนี้เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลจนถึงระดับครอบครัว ชุมชน ประเทศ โดยภาคประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการเพื่อต่อยอดทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ในท้องถิ่น และวิถีชุมชน โดยกลุ่มนี้มีเป้าหมายฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ชุมชนควบคู่กับการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนบนพื้นฐานและหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง จุดแข็งของกลุ่ม คือ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับขบวนการองค์กรชุมชนทุกระดับ เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ/ท้องถิ่น/องค์กรเอกชน/องค์กรชุมชนและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในงานทุกประเด็น ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ในการสร้างความร่วมมือต่อยอดวัฒนธรรม

3) กระบวนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางวัฒนธรรม (Cultural Alliance Networking) กระบวนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางวัฒนธรรม ได้แก่กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มองค์กรหรือชุมชนข้ามเครือข่ายหรือการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการนำเทคโนโลยีวิทยาการใหม่ๆ มาสนับสนุนการบริหารจัดการทางวัฒนธรรม นำไปสู่การก่อเกิดพลังประสานรวมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างเช่น การเชื่อมโยงเรื่องราวกับเครือข่ายทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่มีงานประเพณีสำคัญ ได้แก่ งานลอยกระทง เผาเทียนเล่นไฟ โดยพ่อค้าและแม่ค้า รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่ดูแลงานจะแต่งตัวแบบโบราณ และเชื่อเชิญให้นักท่องเที่ยวร่วมแต่งกายโบราณเพื่อสร้างบรรยากาศกลิ่นอายของวัฒนธรรมให้เด่นชัดขึ้น

4) กระบวนการต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value Enhancement) เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนการนำเสนอวัฒนธรรมโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีมาประยุกต์รูปแบบการแสดงให้มีความน่าสนใจเหมาะสมกับยุคสมัยเป็นที่สนใจทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล หรือ การใช้เทคนิคแสงสี เสียง 3 มิติ นอกจากนี้ อาจมีการต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ภายในท้องถิ่น เช่น การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในกระบวนการผลิต ทักษะ ภูมิปัญญา และเล็งเห็นคุณค่าของสินค้าจากชุมชน โดยภาครัฐอาจเป็นสื่อกลางในการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึงทั้งในและต่างประเทศ ผ่านสื่อต่างๆ และการจัดการนำชมสถานที่ (FAM Trip) โดยร่วมมือกับหน่วยงาน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีแผนนโยบายพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ31เพื่อการท่องเที่ยว (e -Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ อย่างไรก็ตาม แนวยุทธศาสตร์ยังต้องคำนึงถึงความยั่งยืน เช่น การรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม และไม่เป็นการทำลายทรัพยากร คุณค่าหรือความสวยงามของสถานที่ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่

นอกจากนั้นนิตินิ คําเพราะ (2549) กล่าวถึง วัฒนธรรมมีลักษณะโดยรวม คือ สิ่งที่มีมนุษย์ร่วมกันสร้างสรรค์ให้ครอบคลุม การดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมอย่างครบถ้วน นำมาซึ่งความผาสุกและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมนุษย์ ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีหลายลักษณะดังนี้ คือ

- 1) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือกำหนดขึ้นมาใช้ในการดำรงชีวิต
- 2) เป็นผลรวมของหลาย ๆ สิ่ง ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ วิธีในการดำรงชีวิต อุปกรณ์สิ่งของ เครื่องใช้
- 3) เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ มนุษย์เรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมตนเอง เพื่อให้สามารถปฏิบัติในลักษณะเดียวกันได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม
- 4) เป็นมรดกของสังคม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมจะคงอยู่กับสังคมนั้นต่อ ๆ กันไปโดยการถ่ายทอดอย่างไม่ขาดสาย

5) เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ สังคมมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เร็วบ้าง ช้าบ้าง และเมื่อสังคมเปลี่ยน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กันด้วย และวัฒนธรรมบางสิ่งไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปหมด แต่เป็นการปรับปรุงหรือพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ให้สอดคล้องกับสภาพของเทคโนโลยี และสังคมในขณะนั้น

งามพิศ สัตย์สงวน (2543) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรมทางวัตถุ หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จะต้องสัมผัสได้ เนื่องจากเป็น สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีรูปร่าง ขนาด และน้ำหนักแตกต่างกันไป มนุษย์ไม่สามารถมีชีวิตรอดอยู่ได้ โดยปราศจากสิ่งของเครื่องใช้บางอย่างได้ เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรค

2) วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรม ที่จับต้องสัมผัสไม่ได้เพราะ ไม่มีรูปร่าง ขนาด หรือน้ำหนัก แต่มีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ วัฒนธรรมประเภทนี้ ยังแบ่งออกได้อีก ดังต่อไปนี้

2.1) สถาบันสังคม คือ ส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมที่เข้าจัดการกับปัญหาพื้นฐาน ของสังคม สถาบันสังคมจึงแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้คือ สถาบันครอบครัว เศรษฐกิจการเมือง การปกครอง การศึกษา ศาสนา การแพทย์ การสาธารณสุข

2.2) วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับการควบคุมทางสังคม คือ วัฒนธรรมที่ช่วยทำให้เกิด ระเบียบในสังคม ซึ่งบางอย่างจะเป็นการควบคุมอย่างเป็นทางการ วัฒนธรรมประเภทนี้มี 5 ประเภท ย่อย คือ ศาสนา ในหลักศาสนาจะมีข้อห้ามต่างๆ เช่นศาสนาพุทธมีศีล 5 ที่ห้ามฆ่าสัตว์ ห้ามพูดปด ห้ามลักทรัพย์ ห้ามประพฤตินอกใจในภรรยา ห้ามดื่มของมึนเมา ศาสนาจึงช่วยในการควบคุมความเป็น ระเบียบของสังคม ความเชื่อทางสังคม คือ ระบบความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่เป็นของคนส่วนใหญ่ ในสังคม เช่น ในสังคมไทยส่วนใหญ่เชื่อในเรื่องนรก สวรรค์ บุญ บาป การทำบุญเพื่อโลกหน้า เป็นต้น ความเชื่อดังกล่าว จะช่วยควบคุมพฤติกรรมของคนให้อยู่ในระเบียบได้ ศิลปะ นักวิชาการยังคงถกเถียง กันว่า ศิลปะเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุหรือไม่ในสายตาของศิลปิน มองศิลปะเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ ความจริงมันเป็นได้ทั้งวัฒนธรรมทางวัตถุ และไม่ใช่ ศิลปะในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรคผลงาน ในด้านต่างๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรมหัตถกรรม ดนตรี การละคร นาฏศิลป์ และวรรณกรรม

3. ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ไว้ดังนี้

บุญยสุภษฎ์ อเนกสุข (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี เพื่อผลิตเป็นสินค้า ทางการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้ จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิด มิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึง

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้ และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาคนและสังคมผ่านประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับ วัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า สภาพแวดล้อม อย่างธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัย ทั้งสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการ เดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรม นันทนาการของชุมชน ท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรม และงานแสดงสินค้า หัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่ง มรดกต่าง ๆ

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม หมายถึง วิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยวเป็น การท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิต ผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือ การท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ผู้อ่านและย้อนกลับมาองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มี ความเกี่ยวข้องซึ่งกันหาไม่สามารถแยกออกจากกันได้

Richard (2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวใหม่มีความยืดหยุ่น มีความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยว นั่นคือสิ่งที่จะแทนที่การท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน

Swarbrooke (2000) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาล งานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้วและที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะ

Lickerish และ Jenkins (1997) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวทางสังคม และวัฒนธรรมว่าเป็นการเข้าไปสัมผัสกับประเพณี ทัศนคติ และแบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของสังคมนั้น ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมเอาไว้ว่าเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีเทศกาลการเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษา ธรรมชาติหรือศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทาง ศาสนา

World Tourism Organization (1995) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงานศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

Kinnaird และ Hall (1994) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวตามชนบท นอกเมือง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมผัสทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในสภาพแวดล้อมที่ท้องถิ่นนั้นคงอยู่ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นธรรมชาติในเมืองหรือในหมู่บ้านชนบทก็ได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องให้ การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมจากการท่องเที่ยวเกื้อหนุนให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น แต่ต้องไม่ทำให้เกิดการซื้อขายวัฒนธรรม โดยคนท้องถิ่นผลิตวัฒนธรรมขาย ให้แก่นักท่องเที่ยว

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการจัดการกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาสัมผัสกับวิถีชีวิตตลอดจนความเป็นอยู่ของชุมชนอื่น เช่น วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิต ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของชุมชนกับแขกผู้มาเยือน เพื่อสร้างประโยชน์และรายได้ให้กับชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

4. ความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชนัญ วงษ์วิภาค (2545) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้

1) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลการดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างมาก นาเงินตราเข้าประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับรายได้ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และจะมีการประชาสัมพันธ์ไปสู่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2) ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดูกับผู้คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสรู้จักกันนั้น ผลก็คือ เกิดความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ ความเป็นเพื่อนร่วมโลก และเกิดสันติภาพขึ้นแก่โลก

5. ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) และเพียงกานต์ นามวงศ์ (2552) ได้กล่าวเกี่ยวกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประการได้แก่

- 1) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีโดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุดเพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
- 2) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยยึดหลักที่ว่าไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- 3) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรมโดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย
- 4) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยวผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวผู้ประกอบการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นโดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น
- 6) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริงโดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 7) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกโดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 8) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆด้านและต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ
- 9) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดเพื่อให้ นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

6. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ได้กล่าวเกี่ยวกับประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบ่งออกเป็นประเภทย่อย ๆ ได้ 5 ประเภท ได้แก่

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ และศึกษาความเชื่อการยอมรับ นับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดก ทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ ผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้านอีกทั้งความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น

7. องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เพียงกานต์ นามวงศ์ (2552) ได้กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ 6 ด้านดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบไปด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการได้แก่

1.1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น

1.2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ

1.3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง

1.4) ศิลปหัตถกรรมประติมากรรมภาพวาดรูปปั้นและแกะสลัก

- 1.5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
 - 1.6) ดนตรีการแสดงละครภาพยนตร์มหรสพต่างๆ
 - 1.7) ภาษาและวรรณกรรมรวมถึงระบบการศึกษา
 - 1.8) วิถีชีวิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายการทำอาหารธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
 - 1.9) ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้านขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ
 - 1.10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น
- 2) องค์กรประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมโดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 3) องค์กรประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้รับผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษาอีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4) องค์กรประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพโดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจอีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5) องค์กรประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบและรับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น
- 6) องค์กรประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

สรรวรรณ เรื่องกัลปวงศ์ และอรณพ เรื่องกัลปวงศ์ (2558) ได้กล่าวว่าแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ควรดำเนินการดังนี้

- 1) ผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ผู้นำจะต้องกระตุ้นจิตวิญญาณของสมาชิกในชุมชนด้วยการสร้างแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก การสร้างแรงจูงใจภายในทำได้โดยให้สมาชิกในชุมชนทุกเพศทุกวัย ตื่นตัวและพร้อมที่จะอุทิศตนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเกิดความยั่งยืน ส่วนการสร้างแรงจูงใจภายนอกสามารถทำได้โดยจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐมาสนับสนุนช่างฝีมือที่มีอยู่เดิมและคนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่นช่างปั้น ช่างแกะสลักเครื่องปั้นดินเผา การสนับสนุนหัตถกรรมพื้นบ้านจักสานและการทำผ้าบาติก ด้วยการให้ค่าครองชีพและนำวิทยาการใหม่ๆมาให้ความรู้ แก่ชาวชุมชนรวมถึงการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ จนเป็นที่ยอมรับของคนโดยทั่วไปนอกจากนี้ผู้นำควรชักจูงให้คนภายนอกที่เข้ามาประกอบธุรกิจ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

โดยสร้างให้เกิดความตระหนักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่ต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอันจะส่งผลทำให้มีรายได้ที่มั่นคงตลอดไป

2) ผู้นำด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและมีจริยธรรมสูงเสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ประพฤติตนให้เป็นที่น่าเชื่อถือ น่าเคารพ นายกอง เลื่อมใสศรัทธาแก่สมาชิกในชุมชนและบุคคลทั่วไป อันจะทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกเต็มใจ ร่วมใจและภาคภูมิใจที่ได้ทำงานร่วมกับผู้นำของตน อีกทั้งผู้นำยังต้องมีความตั้งใจ จริงใจ มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยสามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์ไปยังสมาชิกชุมชน นอกจากนี้ควรหลีกเลี่ยงการใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน แต่ควรประพฤติตนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นและเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม

3) ผู้นำด้านการกระตุ้นทางปัญญา ผู้นำควรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสนับสนุนให้สมาชิกทุกเพศ ทุกวัย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ผู้นำจะต้องมีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบของปัญหา มีการให้กำลังใจสมาชิกให้พยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยหากสมาชิกคนใดมีความคิดสร้างสรรค์หรือสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใหม่ๆ ผู้นำควรยกย่องด้วยการประชาสัมพันธ์บอกกล่าวผ่านเสียงตามสายของชุมชน มีการมอบรางวัลให้ในวันที่มีการประชุมร่วมกันของประชาคม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและกระตุ้นสมาชิกคนอื่นให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ

วินิชา พานิชย์ (2557 : 7) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Cultural tourism management strategy model based on creative economy for development tourism) หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือทิศทางเพื่อสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่จังหวัดสกลนครให้ดำเนินไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดทางด้านคุณค่าทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยคุณค่าด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม คุณค่าด้านสุนทรียศาสตร์ คุณค่าด้านประวัติศาสตร์ คุณค่าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณค่าด้านอรรถประโยชน์ และคุณค่าด้านการศึกษา รวมถึงด้านรูปแบบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และยังรวมถึงด้านศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ความสามารถเข้าถึงได้ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการจัดโปรแกรมนำเที่ยว กิจกรรม การบริการเสริม ความสามารถ ความตระหนักหรือจิตสำนึก ความสัมพันธ์ บุคลากร การดำเนินการ ที่ฝึก และทัศนคติ

นอกจากนี้ พัชรภรณ์ ก้อนสิน (2555) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา และการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ คือ

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต

2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
- 4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
- 5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักในแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

8. ความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ (2553) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยมีความหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวตามอุทยานประวัติศาสตร์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ การท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/สปา การท่องเที่ยวหมู่บ้าน OTOP เป็นต้น ประเทศไทยมีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ให้ประชาชนผู้ประกอบการ และประเทศชาติได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- 1) ประเทศไทยมีมรดกทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและรักษาไว้หลากหลาย มีความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือหรือหัตถศิลป์จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก ตลอดจน มีสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ยาวนานจำนวนมาก องค์การ UNESCO ได้ขึ้นทะเบียนให้ไทยมีแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม 3 แห่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร นครประวัติศาสตร์อยุธยา และแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง รวมทั้ง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งทางทะเลและป่าไม้ การมีค่าครองชีพต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกัน นอกจากนี้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งการละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีไทย การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ การนวดแผนไทย อาหารไทย และการบริการที่มีความเป็นมิตรด้วยรอยยิ้มประทับใจที่เสริมการท่องเที่ยวได้อย่างโดดเด่น

- 2) รสนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มเปลี่ยนแปลงแตกต่างจากอดีต นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการเดินทางในรูปแบบใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่มีตราการท่องเที่ยวสีเขียว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม อาหารประจำถิ่นในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันประสบกับปัญหาสำคัญที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดการพัฒนา สรุปได้ดังนี้

- 1) ชุมชนขาดการตระหนักถึงคุณค่าของทุนทางทรัพยากรทั้งทางนิเวศและวัฒนธรรม ที่มีอยู่ในชุมชน ขาดการพัฒนาเรื่องเล่าที่มีเอกลักษณ์หรือแสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ชุมชนขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ สถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อการรักษาเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งขาดการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

2) ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงกายภาพและวัฒนธรรม/วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ในชุมชน การแข่งขันเชิงราคาภายในประเทศ ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวขาดแรงจูงใจ ในการพัฒนาหรือรักษาคุณภาพของสินค้า/บริการนักท่องเที่ยวบางส่วนขาดความรับผิดชอบในการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าบริการขาดความแตกต่างในเชิงคุณภาพหรือคุณลักษณะ ภาพลักษณ์ ของประเทศเสื่อมเสีย นอกจากนี้ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียเช่นเกาหลี มาเลเซีย สิงคโปร์ และ อินเดีย ได้ตื่นตัวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้น

3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขนาดเล็กมีความรู้ไม่เพียงพอด้านการตลาดและ ประชาสัมพันธ์แม้ว่าจะมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายขาดการสนับสนุนด้าน การประชาสัมพันธ์ และการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

4) การบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐมีน้อย ทำให้การพัฒนา สาธารณูปโภคขาดการวางแผนที่ดี ส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้ง ขาดงบประมาณ เพียงพอในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจัง ดังนั้น หากประเทศไทยไม่สามารถ พัฒนาและรักษาสภาพความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในเชิงกายภาพและวัฒนธรรม/ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ได้ จะทำให้ความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจท่องเที่ยวของไทยประสบปัญหาในระยะยาว

ดังนั้น ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญการพัฒนารท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แข่งขันกับ ประเทศต่างๆได้ ประเทศไทยจะต้องมีการพัฒนาและเสริมสร้างปัจจัยต่างๆ เพื่อเอื้อต่อการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจังใน 3 เรื่องหลัก ดังนี้ (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553)

1) การพัฒนาระดับมหภาค ประกอบด้วย

- 1.1) พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้
- 1.2) กำหนดนโยบายบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน และ
- 1.3) ปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศอย่างต่อเนื่อง

2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย

- 2.1) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่กระตุ้นให้ภาคเอกชนลงทุนผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์
- 2.2) พัฒนาระบบฐานข้อมูล สื่อสาร และคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ
- 2.3) ให้คุณค่าต่อทรัพย์สินทางปัญญาจากความคิดสร้างสรรค์
- 2.4) ศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม และ
- 2.5) จัดและพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน รวมทั้งสร้างเมือง

สร้างสรรค์

3) การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจและบุคลากรด้านสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- 3.1) ขับเคลื่อนและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ และ
- 3.2) พัฒนาบุคลากรวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับชุมชน/ท้องถิ่น สามารถนำเรื่อง วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความแตกต่าง และสร้างคุณค่า ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการแข่งขันเชิงราคา และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจาก ประเทศคู่แข่ง ประเทศไทยจะต้องมีการพัฒนาปัจจัยที่สำคัญๆ 4 ประการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ดังนี้

- 1) การสอดแทรกวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
- 2) การวางแผนเชิงพื้นที่ให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการของท้องถิ่นหรือการประยุกต์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์/กิจกรรมใหม่ๆ รวมถึงความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้สอดคล้องกัน
- 3) การส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น/องค์ความรู้ชุมชนในพื้นที่
- 4) การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การต่อยอดเชิงพาณิชย์และการตลาด ระบบขนส่ง รวมถึงความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น

นอกจากนั้น ภูสวัสดี้ สุขเลี้ยง (2545) ได้ให้ยุทธศาสตร์การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประการ สรุปได้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม
- 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด
- 3) วิธีการและความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภทและจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นๆ
- 4) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการพยายามที่จะทำให้ ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ
- 5) ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนใน ท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมีความระมัดระวังและต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ ด้วย เพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่
- 6) เงินทุน และแรงงาน รวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชน เจ้าของท้องถิ่นเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้
- 7) การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว
- 8) เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น
- 9) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์ (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การบริหารจัดการทุน กระบวนการในการนำทุนทางวัฒนธรรมซึ่งมีคุณค่าและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเดิมที่มีอยู่นำมาทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความต่าง ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ ความคิด สร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา และ การศึกษาวิจัย ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสังสรรค์ ความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และ นวัตกรรมสมัยใหม่ ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยกิจการที่มีรากฐานมาจากความคิด สร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษใน การสร้างประโยชน์เพื่อสร้างความมั่งคั่ง หรือกำไร หรือสร้างงานให้ เกิดขึ้น และสามารถสังสรรค์และส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งกิจการเศรษฐกิจนั้นจะได้รับการคุ้มครอง ทรัพย์สินทางปัญญา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสังสรรค์ความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)

อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้าง และใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และ ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทาง วัฒนธรรม การสังสรรค์ความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ได้ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนา เศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมายไว้โดยนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวง วัฒนธรรม สื่อและการกีฬาของสหราชอาณาจักร (UK DCMS) ว่า “คือ อุตสาหกรรมที่เกิดจาก ความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา”

ปิยะนิตย โอนพรัตน์วิบูล (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การใช้ความคิดมาพัฒนาสิ่งใหม่ๆ สินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ในการยังชีพ

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง องค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิ การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้อง มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญ

คุณากร วาณิชวีรุฬห์ (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง สร้างสรรค์นั้นยังคงเป็นที่ถกเถียงกัน โดยมีความหมายซึ่งองค์การต่างๆ ในหลายประเทศส่วนใหญ่เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นความสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องครอบคลุมถึงจินตนาการสร้างสรรค์ทุกรูปแบบ แต่คำจำกัดความที่ได้ให้ไว้นั้น ก็เป็นไปตามแนวปฏิบัติสากล แต่ไม่มีความเห็นที่สอดคล้องหรือเหมือนกันว่าความหมายที่แท้จริงของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึงอะไร

มรกต กำแพงเพชร (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบของกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่นำสินทรัพย์อย่าง ความคิดสร้างสรรค์มาเพิ่มมูลค่าโดยอาศัย “ความสามารถเฉพาะตัว” ผสมกับ “สินทรัพย์ของท้องถิ่น” ทั้งนี้ระบบเศรษฐกิจดังกล่าวไม่ได้มีรูปแบบเช่นที่ผ่านมามากแต่เป็นระบบใหม่ที่เปิดพื้นที่ให้บุคคลในแต่ละถิ่นที่อยู่ได้นำความคิดสร้างสรรค์ของตนมามีส่วนร่วมสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้น

การนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ให้ได้ผล ผู้ประกอบจะต้องสร้างให้ตนเองมีความคิดสร้างสรรค์ก่อน เพราะปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจในวันนี้ ไม่ได้อยู่ที่เงินหรือเครื่องจักรอื่นต่อไป “ความคิดใหม่ๆ” ต่างหากที่เป็นพลังสำคัญ

Hawkins (2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ โดยสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries : CI) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ ซึ่งต่อมอดักรต่างๆ ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้นเป็นลำดับ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างมูลค่าและการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากร และทรัพย์สินทางปัญญา ให้เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

2. ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อภิชาติ ทองอยู่ (2553) ได้กล่าวว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative economy) คือพลังการขับเคลื่อนที่จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง สร้างความเชื่อมั่นให้กับเศรษฐกิจ ที่เคลื่อนไหวอยู่ในสังคมไทยได้ ซึ่งอาจเกิดจากเหตุปัจจัยสำคัญบางประการ

ประการแรก แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยังเป็นประเด็นใหม่ต่อการรับรู้ของสังคมในภาพรวม แม้สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจะมีการศึกษาแนวคิดดังกล่าว อย่างเป็นทางการตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 2540 ก็ตาม แต่ผลการศึกษาดังกล่าวไม่ได้รับการบรรจุไว้ในชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

ประการที่สอง พื้นฐานระบบการศึกษาของประเทศไทยสร้างปฏิกิริยาเฉื่อยชาต่อการรับรู้โลกแวดล้อม จึงทำให้ไม่มีการปูพื้นฐานและไม่ให้ความสำคัญต่อประเด็นดังกล่าวเลย โดยเฉพาะประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการ ระบบการศึกษาไทยยังมุ่งสร้างคนเข้าสู่สังคมแรงงานเหมือนศตวรรษที่ผ่านมา โดยยังขาดทิศทางในการสร้างสังคมผู้ประกอบการ ในขณะที่ มโนทัศน์ทางการศึกษายังสร้างวาทกรรมอา พรางสา ทับลงไปอีกว่า จบการศึกษาเพื่อไปเป็นเจ้าของคนนายคน (ทั้งที่จริงแล้วคือการเป็นลูกจ้างในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน) ที่น่าวิตกกังวลกว่านั้นคือ ความก้าวหน้าของการศึกษาไทยยุคปฏิรูป ยังคงย่ำ วนอยู่กับความก้าวหน้าตามแนวทางประชานิยมอย่างเข้มข้น และต่อเนื่อง

ประการที่สาม ความเคลื่อนไหวโดยรวมของระบบเศรษฐกิจไทยปัจจุบัน ยังอยู่ภายใต้แรงกดดันของระบบพาณิชย์นิยมใหม่ (Neo Mercantilism) ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสร้างสรรค์และการปรับตัวเปลี่ยนแปลง ทั้งยังสะสมวัฒนธรรมด้านลบไว้มาก อาจกล่าวได้ว่าระบบที่ขับเคลื่อนอยู่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาพลังขับเคลื่อนที่ก้าวหน้าตามโครงสร้างเศรษฐกิจ ยุคใหม่ที่กำลังปรับตัวเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ ยุทธศาสตร์การแข่งขันใหม่ตลอดจนการพัฒนาที่ศึกษาความมั่งคั่งและความมั่นคงของสังคมเศรษฐกิจใหม่ การปรับตัวเปลี่ยนผ่านจึงเกิดขึ้น ได้ช้าและมากด้วยอุปสรรคนานัปการ โดยเฉพาะปัญหาที่ซับซ้อนไว้กับกฎระเบียบของระบบราชการ

ประการที่สี่ พัฒนาการของเศรษฐกิจใหม่ในสังคมโลกมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง ดังนั้นแม้จะพบว่าคนไทยมีพื้นฐานเชิงบวก มีความได้เปรียบเป็นต้นทุนในทิศทางการเติบโตของโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ แต่หากระบบสนับสนุน (Support System) และสภาพแวดล้อมทางสังคม-เศรษฐกิจ (Socioeconomic Environment) ไม่เอื้ออำนวยต่อการขับเคลื่อนสู่โครงสร้างใหม่เพื่อการเติบโต หรือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ก็จะเผชิญกับปัญหามากมายในอนาคต โดยเฉพาะในประเด็นความเร็วของการเปลี่ยนแปลง (Speed of change) ความยั่งยืน (Sustainability) และการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ในประชาคมโลก ฯลฯ ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะแปรเปลี่ยนกลับกลายมาเป็นต้นทุนแฝง หรือต้นทุนหลักในอนาคตที่ไม้อาจปฏิเสธได้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554) ได้กล่าวว่า “การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแต่ละฉบับที่ผ่าน ๆ มา แต่ถือได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดสำคัญประการหนึ่ง คือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผวนกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย ดังนั้น การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างการผลิตฯ เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจากการพึ่งพิงปัจจัย การผลิตที่มีราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง (Factor-driven Economy) ไปสู่ระดับสูงขึ้น ที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม (Efficiency-driven and Innovation driven Economy) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทย เพื่อให้เป็น ส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมไทยให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยใช้ทุนทางสังคม และทุนทางปัญญาในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ภายใต้สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้ร่วมกันดำเนินการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ซึ่งการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย

- 1) การกำหนดกรอบความคิด (Conceptual Framework)
- 2) การวิเคราะห์เชิงลึก (In-depth Analysis) และ
- 3) การกำหนดยุทธศาสตร์และผลักดันสู่การปฏิบัติ (Strategic & Planning Implementation)

สำหรับการศึกษาระยะที่หนึ่งนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะใช้เป็นเอกสารการศึกษาขั้นเบื้องต้นที่ให้ข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์สถานะปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อนำผลการศึกษา ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดประเด็นสำคัญเพื่อการศึกษาในเชิงรายละเอียดและเชิงลึกสำหรับการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในระยะต่อไป ทั้งนี้ แผนแม่บทฯ จะเป็นกรอบการดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีบูรณาการ ให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันต่อไป

3. ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

UNCTAD (2008) ได้แบ่งประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- 1) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม เป็นต้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและงานฉลอง เป็นต้น และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น
- 2) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย และวัตถุโบราณ เป็นต้น รวมทั้งศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น
- 3) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น และงานโสตทัศน (Audiovisual) เช่น ภาพยนตร์โทรทัศน์ วิทยุ และการออกอากาศอื่นๆ เป็นต้น

4) ประเพณีงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟฟิก แพชั่น อดุมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น ส่วนกลุ่ม New Media ได้แก่ ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) ได้แก่ บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรมและนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา และบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล และความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) ได้จัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) การสืบทอดทางมรดกและวัฒนธรรมงานฝีมือ และหัตถกรรม
 - 1.1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ
 - 1.2) การแพทย์แผนไทย
 - 1.3) อาหารไทย
- 2) ศิลปะ
 - 2.1) ศิลปะการแสดง
 - 2.2) ทักษะศิลป์
- 3) สื่อสมัยใหม่
 - 3.1) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
 - 3.2) การพิมพ์
 - 3.3) การกระจายเสียง
 - 3.4) ดนตรี
- 4) งานสร้างสรรค์และออกแบบ
 - 4.1) การออกแบบ
 - 4.2) แพชั่น
 - 4.3) สถาปัตยกรรม
 - 4.4) การโฆษณา
 - 4.5) ซอฟต์แวร์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มต่างๆ ที่ได้รับการจัดกลุ่มและแยกประเภทบนพื้นฐานของแนวคิดหลัก 2 แนวคิดกว้างๆ คือ กลุ่มที่แยกตามชนิดสินค้าหรือบริการ และกลุ่มที่แยกตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยมีตัวอย่างการแบ่งประเภทที่เป็นที่รู้จักในปัจจุบันทั้งหมด 5 รูปแบบ ดังนี้ (ชูวิทย์ มิตรชอบ, 2553)

- 1) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอังกฤษ (UK DCMS Model) โดยจัดประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ออกเป็น 13 กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ ได้แก่
 - 1.1) โฆษณา
 - 1.2) สถาปัตยกรรม
 - 1.3) งานศิลปะและวัตถุโบราณ
 - 1.4) งานฝีมือ
 - 1.5) แพชั่น

- 1.6) งานออกแบบ
- 1.7) ภาพยนตร์และวิดีโอ
- 1.8) ดนตรี
- 1.9) ศิลปะการแสดง
- 1.10) สื่อสิ่งพิมพ์
- 1.11) ซอฟต์แวร์
- 1.12) โทรทัศน์และวิทยุ
- 1.13) วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์

2) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) แบ่งออกเป็น 14 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1) วรรณกรรม
- 2.2) ดนตรี
- 2.3) ศิลปะการแสดง
- 2.4) งานศิลปะ
- 2.5) ภาพยนตร์
- 2.6) พิพิธภัณฑสถานและห้องสมุด
- 2.7) การดูแลศิลปวัตถุ/โบราณสถาน
- 2.8) สื่อสิ่งพิมพ์
- 2.9) การบันทึกเสียง
- 2.11) วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์
- 2.12) โฆษณา
- 2.13) สถาปัตยกรรม
- 2.14) งานออกแบบ
- 2.15) แฟชั่น

3) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model) ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งเป็น 19 กลุ่ม ได้แก่

- 3.1) โฆษณา
- 3.2) งานสะสม
- 3.3) ภาพยนตร์และวิดีโอ
- 3.4) ดนตรี
- 3.5) ศิลปะการแสดง
- 3.6) สื่อสิ่งพิมพ์
- 3.7) โทรทัศน์และวิทยุ
- 3.8) งานศิลปะและกราฟฟิค
- 3.9) สื่อบันทึก
- 3.10) เครื่องใช้ไฟฟ้า

- 3.11) เครื่องดนตรี
- 3.12) กระจก
- 3.13) เครื่องถ่ายภาพเอกสารและอุปกรณ์ถ่ายภาพ
- 3.14) สถาปัตยกรรม
- 3.15) เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า
- 3.16) งานออกแบบ
- 3.17) แฟชั่น
- 3.18) สินค้าตกแต่งบ้าน
- 3.19) ของเล่น

4) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 4.1) มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage)
- 4.2) ศิลปะ (Arts)
- 4.3) สื่อ (Media)
- 4.4) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)

5) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยองค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรม ออกเป็น 5 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 5.1) มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage)
- 5.2) การแสดง (Performance and Celebration)
- 5.3) ทัศนศิลป์ งานฝีมือ และการออกแบบ (Visual Arts, Crafts and Design)
- 5.4) หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Books and Press) และ 5. โสตทัศนและสื่อดิจิทัล (Audio Visual and Digital Media)

นอกจากนั้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นทุนวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง หรือ เป็นวัฒนธรรมชุมชน สังคม มีทั้งชนิดที่มีรูปลักษณะ (tangible) และไม่มี รูปลักษณะ (intangible) เป็นทรัพย์สินทางปัญญา ที่สั่งสมสืบทอดกันมา และยังคงมีประโยชน์ ซึ่งสังคมนั้น ๆ เห็นคุณค่าและสามารถนำมาใช้ ประโยชน์ ให้เพิ่มพูนมูลค่าได้ งานที่ถือเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถ จำแนกได้ดังนี้

- 1) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ชนิดมีรูปลักษณะ
 - 1.1) อาหาร อาหารพื้นถิ่น
 - 1.2) ศิลปะ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ที่อยู่อาศัย
 - 1.3) เครื่องแต่งกาย ชุดประจำถิ่น ชุดประจำชาติ
 - 1.4) การรักษาโรค ยารักษาโรค สมุนไพร
 - 1.5) เทคโนโลยี งานช่าง เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต
 - 1.6) วรรณกรรม นิทาน ตำนาน
 - 1.7) กีฬาประจำถิ่น เทศกาลรื่นเริง เพลง ดนตรี ศิลปะการแสดง

2) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ชนิดไม่มีรูปลักษณ์

- 2.1) ประเพณี พิธีกรรม ธรรมเนียมถิ่น
- 2.2) ระบบการเมือง การปกครอง
- 2.3) ความเชื่อ ศาสนา วิถีคิด
- 2.4) ระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบพอเพียง ระบบตลาด ระบบ ค้าขาย
- 2.5) ทศนคติต่อโลก ชีวิต และการเปลี่ยนแปลง
- 2.6) ระบบครอบครัวและเครือญาติ
- 2.7) ภาษา ภาษาถิ่น การสื่อสาร

พริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ได้กล่าวถึงการจัดกลุ่มของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในลักษณะนี้ยังนำมาสู่ ข้อสังเกต/ข้อสงสัยในด้านของการวัดมูลค่าจากการจำกัดความดังต่อไปนี้

- 1) เป็นการยากที่จะระบุความแตกต่างหรือจำแนกระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) กับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปการแพทย์ แผนไทยกับการแพทย์แผนปัจจุบันหรืออาหารไทยกับอาหารอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่นการท่องเที่ยว ซึ่งในหลายๆ ครั้งที่นักท่องเที่ยวอาจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยไม่ได้ระบุวัตถุประสงค์ที่แน่นอน เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาสัมมนา อาจเลือกที่จะท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วย ซึ่งอาจเกิดความซับซ้อนและทำให้เกิดการนับซ้ำ (Double-counting)
- 2) เป็นการยากที่จะจำแนกส่วนประกอบของความคิดสร้างสรรค์ (Creative Elements) จากสินค้าหรือบริการประเภทต่างๆ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ที่ผูกติดอยู่กับสถานที่ (Location) อย่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ที่ผูกติดอยู่กับลักษณะของการออกแบบ หรือความคิดสร้างสรรค์ที่ผูกติดอยู่กับประเภทของกิจกรรมอย่างอาหาร หรือสปา เป็นต้น
- 3) เป็นการยากที่จะระบุว่าแพทย์แผนไทยมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มากกว่าการแพทย์แผนปัจจุบันอื่นๆ ทั่วไปอย่างไร
- 4) อาหารไทย (และอาหารอื่นๆ) มีส่วนประกอบของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ไม่มากนักเนื่องจากการทำอาหารแต่ละประเภทมีเครื่องปรุงที่แน่ชัด และไม่สามารถที่จะสร้างความคิดสร้างสรรค์อะไรใหม่ๆ เข้าไปได้มากนัก เพราะการใส่ความคิดสร้างสรรค์เข้าไปมากอาจเป็นการบิดเบือนรสชาติ ซึ่งอาจทำให้เกิดการสูญเสียทางวัฒนธรรมในท้ายที่สุด การใส่ความคิด สร้างสรรค์ในอาหารไทยส่วนใหญ่จึงอยู่ในลักษณะของการจัดแต่งรูปร่าง ของอาหารมากกว่าการเปลี่ยนแปลง/ประยุกต์รสชาติของอาหาร
- 5) เป็นการยากที่จะประเมินขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบางประเภท โดยเฉพาะในประเภทสินค้าวัฒนธรรม เช่น งานศิลปะ โบราณสถาน และศิลปะการแสดง เป็นต้น เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่มี การซื้อขายผ่านกลไกทางการตลาด หรืออาจไม่มีมูลค่าทางการตลาด (Non-Market Value)
- 6) การวัดการโฆษณาจำเป็นต้องผ่านสื่อต่างๆ เป็นสำคัญ ดังนั้น มูลค่าของตลาดโฆษณาจึงเป็นการวัดค่าใช้จ่ายผ่านสื่อไม่ได้เป็นการวัดค่าใช้จ่าย ในแต่ละบริษัทโฆษณา

7) หน่วยงานที่ทำการทดลองทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในหลายๆชิ้น (เช่น ทดลองทางด้านชีววิทยาและงานทางด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมขั้นสูงต่างๆ) ต่างมองว่าตัวเองก็ควรที่จะเป็นหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้วยแต่ยังไม่มีข้อตกลงที่ชัดเจนว่า ภาครัฐจะนำหน่วยงานวิจัย ดังกล่าวเข้ามารวมอยู่ในประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือไม่ ด้วยสาเหตุดังกล่าว การกำหนดขอบเขตของการศึกษาในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงยังคงมีความซับซ้อนในการวัดขนาดมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แน่นอนว่า “อะไรควรที่จะรวมหรือไม่รวมอยู่ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงอาจทำให้เกิดความสับสน ว่าการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์องค์ความรู้ต่างๆและงานนวัตกรรมควรเข้ามารวม อยู่ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่และถ้าเป็นเช่นนั้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเหมือนหรือ แตกต่างจาก “เศรษฐกิจฐานความรู้” (Knowledge-Based Economy) อย่างไร

4. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559 ได้ระบุถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ 5 ประการ ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

1) สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการเชื่อมโยงและทำงานร่วมกันอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนของธุรกิจสร้างสรรค์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนในการผลิตสินค้าและบริการ การจัดทำนาย และการดำเนินกิจกรรมเชิงพาณิชย์และส่งเสริมการแข่งขันของธุรกิจที่เป็นธรรมเพื่อกำหนดระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการที่สูงขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์

2) ส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์โดยการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านต่างๆ ของพื้นที่หรือเมืองทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ กฎ ระเบียบ การบริหารจัดการที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือเมืองสามารถดึงดูดการลงทุนของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาในพื้นที่หรือเมือง รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศและสถานะที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาแหล่งเรียนรู้และพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ การจัดกิจกรรม และงานแสดงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางหรือเวทีในการพัฒนาและแสดงออกของนักคิดและนักสร้างสรรค์สาขาต่างๆ

3) เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการทุกสาขาโดยพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และบุคลากรสร้างสรรค์ที่สำคัญในธุรกิจต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งด้านการออกแบบ การวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การบริหารจัดการธุรกิจ เทคโนโลยี และการตลาด โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยเป็นพื้นฐานผสมผสานการใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจสร้างสรรค์ให้สามารถ

ปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมภายในและภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนสนับสนุนการศึกษาวิจัยในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเร่งพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ

4) พัฒนาระบบการเงินเพื่อสนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการจัดหาหรืออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่ยังขาดแคลนเงินลงทุน เช่น กองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กองทุน และสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่มีความประสงค์จะดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์สามารถก่อตั้ง ดำเนินกิจการ และพัฒนาธุรกิจได้

5) ส่งเสริมการจดทะเบียน และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ โดยสร้างความตื่นตัวและความตระหนักของธุรกิจและทุกภาคส่วนถึงความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ต่อยอดการเติบโตของธุรกิจยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ และเร่งรัดการลดขั้นตอนและความซับซ้อนในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจสร้างสรรค์ในการครอบครองทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดมากขึ้น รวมทั้งบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ได้กล่าวว่าการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทย ควรพิจารณา ดังนี้

1) สร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งบนฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง จากการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่แทนการพึ่งอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความได้เปรียบด้านอัตลักษณ์และคุณค่าของทุนวัฒนธรรมที่สะสมมานานและเลียนแบบได้ยาก มาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่มีศักยภาพ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยเน้นการสร้างคุณค่าและผลิตภาพการผลิตให้กับสินค้าและบริการ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้โครงสร้างการผลิตของประเทศเข้มแข็งและแข่งขันได้ นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งธุรกิจชุมชนที่มีทัศนคติและขีดความสามารถในการทำธุรกิจเชิงสร้างสรรค์พัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งด้านการออกแบบให้มีรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ที่ไทยมีศักยภาพทั้งขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศนำไปสู่การปรับสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและสังคมของคนเมืองกับคนชนบท ระหว่างภาคเศรษฐกิจในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพ พึ่งตนเองมากขึ้น และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก

2) เกิดสังคมสร้างสรรค์และสงบสุข เนื่องจากเงื่อนไขความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถยืนหยัดอยู่ในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุขทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและในด้านการทำงาน สามารถปรับตัวให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการพัฒนาระบบการรับรู้และการคิดอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตใจทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย จิตแห่งวิทยาการ จิตแห่งการสังเคราะห์ จิตแห่งการสร้างสรรค์จิตแห่งความเคารพ

และจิตแห่งคุณธรรม จิตแห่งการสร้างสรรค์ หมายถึง “การมีความคิดสร้างสรรค์ และคิดนอกกรอบ” เป็นการเปิดรับมุมมองใหม่ๆ ทางความคิด และแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ออกนอกกรอบความคิดเดิม บนฐานคิดและแนวทางปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพพลเมืองไทยที่สามารถใช้คุณธรรมกำกับการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ในเรื่องที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ยกย่องประชาชนทุกกลุ่มทุกพื้นที่ที่มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการคิดสร้างสรรค์ตลอดจนการปรับใช้เทคโนโลยีในระดับที่เพียงพอต่อการเพิ่มผลิตภาพการผลิต และยกระดับรายได้ลดความแตกต่างระหว่างอาชีพและพื้นที่ ทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

3) สร้างเศรษฐกิจสังคมสีเขียว เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสีเขียว ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่ยั่งยืน ไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เตรียมพร้อมรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของราคาอาหารและพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอาศัยการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ใช้ความรู้และภูมิปัญญา รวมทั้งต้องฟังการมีส่วนร่วมของทุกคน ในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อการลดปรากฏการณ์เรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดโลกร้อน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการสร้างสมดุลของระบบนิเวศ อาทิ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการเลือกใช้พลังงานทดแทน บนฐานศักยภาพของพื้นที่ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

นิสวันต์ พิษณุदारง (2553) ได้กล่าวถึงการรักษาชุมชนทรัพยากรของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มั่นคง เพื่อเป็นทุนของประเทศที่ยั่งยืน เป็นเรื่องท้าทายการพัฒนาในระยะต่อไป โดยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ ดังนี้

1) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ต้องเริ่มจากความรู้ความเข้าใจรากฐานทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบ ต้องเข้าถึงและร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นด้วยความไว้วางใจกัน เนื่องจากทุนวัฒนธรรมเป็นสมบัติสาธารณะ ชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกันเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนให้ดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีและยั่งยืน สามารถเผชิญผลกระทบการเปลี่ยนแปลงและภัยคุกคามจากภายนอก โดยเฉพาะการครอบงำจากทุนนิยมที่เน้นผลกำไรมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ อาทิ การทำธุรกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ อาจทำลายศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

2) การขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางผลักดันสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยีวางระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมตลอดห่วงโซ่อุปทานการศึกษาวิจัยพฤติกรรม การบริโภคและกลุ่มผู้บริโภคเพื่อสร้างตลาดในประเทศที่สามารถบริโภคสินค้าวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้ ก่อนที่จะนำไปสู่การส่งออกในระยะต่อไป การพัฒนาฐานข้อมูลวัฒนธรรมและการจัดการองค์ความรู้ พร้อมทั้งวางระบบการติดตามประเมินผล ภายใต้กระบวนการทำงานเป็นเครือข่ายทั้งหน่วยงานส่วนกลางภูมิภาค ท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและกลุ่มประชาคมตลอดจนพัฒนากฎหมาย ระเบียบการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนและดำเนินการอย่างจริงจัง

3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ ทั้งการศึกษาวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง และการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจและการบริหารจัดการยุคใหม่ โดยปลูกฝังความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่เด็กสอดแทรกการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน สนับสนุนอาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมศักยภาพและความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการทั่วไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

4) อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ใกล้จะสูญหาย โดยจัดให้มีเวทีหรือช่องทางในการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาไทยจากรุ่นสู่รุ่นอย่างสม่ำเสมอ สร้างเครือข่ายวัฒนธรรมไทยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการคุ้มครองวัฒนธรรมจากภายนอก อาทิ มาตรการทางกฎหมาย มาตรการทางสังคม เพื่อให้เลือกรับแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ดังนี้

1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ภาครัฐต้องให้ความสำคัญสำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและการคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนทางด้าน วิจัยและพัฒนา การจัดหาแหล่งเงินทุน การพัฒนาการศึกษาอย่าง เป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาการตลาด สมัยใหม่และการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา มีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มาจาก กฎหมายและกฎระเบียบ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

2) การบูรณาการและการดำเนินงานของหน่วยงาน การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบหลักและมีกรอบนโยบายและกลไก การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ ชัดเจนรวมทั้งมีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนา (Roadmap) ขึ้น มาให้ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์

3) การศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม ภาครัฐควรขับเคลื่อนในการทำการศึกษาค้นคว้าความรู้เพื่อการพัฒนาในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5 สาขา คือ

- 3.1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 3.2) เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม
- 3.3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม
- 3.4) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์
- 3.5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์

การพัฒนาสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 5 สาขาจนสามารถ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และนำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ควรมีการศึกษา และสร้างงานวิจัยที่มีการจัดทำฐานข้อมูลและมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนด มาตรฐานขอบเขตของอุตสาหกรรมและบริการเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน มีวิธีการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมิน ติดตามผล และกำหนดนโยบายต่อไป

4) การสร้างความตระหนักและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ กล่าวคือภาครัฐควรมีการผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการของไทยให้ได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีจุดเด่นและสามารถต่อยอดความคิดและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

5) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2556 เพื่อให้การดำเนินการตามนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ โดยมีกองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญที่จะดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมีหน่วยงานเดียวในการบูรณาการพัฒนาระบบเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศทั้งระบบเพื่อประสานการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีจึงได้ออกระเบียบว่าด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังต่อไปนี้

5.1) กำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกโดยย่อว่า “กศส.” มีผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นประธานกรรมการ เลขาธิการนายกรัฐมนตรีเป็นรองประธานกรรมการ และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกรรมการและเลขานุการ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พิจารณาให้ความเห็นชอบกรอบการจัดสรรเงินกองทุน กำหนดแนวทางและมาตรการเพื่อส่งเสริมความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเสนอแนะมาตรการด้านการเงิน การคลัง การภาษีอากรรวมถึงการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย และเสนอรูปแบบองค์กรเพื่อขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5.2) ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี เรียกว่า “กองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินช่วยเหลืออุดหนุนการดำเนินการใดที่สนับสนุนแก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในการดำเนินงานตามนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5.3) ให้มีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกโดยย่อว่า “สศส.” เป็นหน่วยงานภายในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติงานธุรการของคณะกรรมการ ดำเนินการตามแผนงานของคณะกรรมการ ศึกษา รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุน เป็นศูนย์กลางเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงการจัดตั้งกองทุน นโยบาย และแนวทางในการดำเนินงานของกองทุน ประสานงานกับหน่วยงานราชการ และองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของกองทุนและนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารกองทุนมอบหมาย

5.4) การบริหารกองทุน การเงิน การบัญชีและการตรวจสอบ มีวิธีการดำเนินการดังนี้

ให้สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีเปิดบัญชีเงินฝากไว้ที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ชื่อ “บัญชีกองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และอาจเปิดบัญชีเงินฝากไว้กับธนาคารที่เป็นรัฐวิสาหกิจภายในวงเงินและเงื่อนไขที่ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้จัดทำงบประมาณการรายรับ รายจ่ายประจำปีเสนอคณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อพิจารณาอนุมัติทุกสิ้น

ปีงบประมาณให้ทำรายงานผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเบิกเงิน รับเงิน การเก็บรักษาเงิน การนำส่งเงิน การพัสดุ หรือการปฏิบัติอื่นใดที่มีได้กำหนดไว้ในระเบียบนี้ ให้ปฏิบัติตามระเบียบของทางราชการว่าด้วยการนั้นโดยอนุโลม และให้จัดทำบัญชีกองทุนตามหลักบัญชีคู่เกณฑ์คงค้างตามมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด การปิดบัญชีให้ทำปีละครั้ง

สรุปได้ว่า เพื่อให้การดำเนินการตามนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้ ให้มีคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กศส.) ให้จัดตั้งกองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้มีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สศส.) ส่วนด้านการบริหารกองทุน การเงิน การบัญชีและการตรวจสอบนั้น ให้ให้สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีเปิดบัญชีเงินฝากไว้ที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ชื่อ “บัญชีกองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” จัดทำงบประมาณรายรับและรายจ่ายประจำปีเสนอคณะกรรมการบริหารกองทุน ให้จัดทำรายงานผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนทุกสิ้นปีงบประมาณ การเบิกเงิน รับเงิน การเก็บรักษาเงิน การนำส่งเงิน การพัสดุ หรือการปฏิบัติอื่นใดที่มีได้กำหนดไว้ในระเบียบนี้ ให้ปฏิบัติตามระเบียบของทางราชการว่าด้วยการนั้นโดยอนุโลม โดยให้จัดทำบัญชีกองทุนตามหลักบัญชีคู่เกณฑ์คงค้างตามมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด และการปิดบัญชีให้ทำปีละครั้ง

นอกจากนั้นยังสามารถประยุกต์เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ (Richards, 2010a)

1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวแมรี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหาร ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหาร เป็นต้น

2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโก ประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” อาทิ เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguiole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูง เป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ อนุสาวรีย์ต่าง ๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวัน จะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ อาทิ การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้ และการทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน อาทิ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมือง จึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหารวิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการศึกษาของริชาร์ดในปี 2010 (Richards, 2010b) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีทั้งสิ้น 11 ปัจจัย

1) บริษัท หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น สำหรับประเทศไทยนับว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคประเทศไทยถือว่าเป็นเมืองประวัติศาสตร์มีความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 700 ปี มีปราสาทพระราชวังวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ ปราสาทหินพิมายจังหวัดนครราชสีมา ปราสาทเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และปราสาทเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น

2) การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น หมายถึง การเปิดโอกาสให้องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ประเทศไทยมีการปกครองแบบลำดับขั้น และกระจายอำนาจสู่การปกครองในระดับล่าง อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บางพื้นที่อาจมีหัวหน้าชุมชนซึ่งบุคคลทั้ง 3 กลุ่มมาจากบุคคลในท้องถิ่น ทำให้มีความรู้เรื่องท้องถิ่นเป็นอย่างดี และสามารถขอความร่วมมือจากประชาชนให้เข้ามาส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ และสามารถดำเนินการในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

4) การวางแผนระยะยาว ได้แก่ การวางแผนล่วงหน้าในการจัดการท่องเที่ยวและการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยการวางแผนระยะยาวอาจอิงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีวาระ 5 ปี การวางแผนให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจะช่วยให้การบริหารจัดการมีทิศทางที่แน่นอน พร้อมทั้งสามารถสามารถขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันต้องวางแผนการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งถือว่ามีผลสำคัญมาก

5) การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องระบุให้ชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ต้องการนำเสนอในแง่ใด อาทิ การนำเสนอวัฒนธรรมด้านวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนที่อาศัยแม่น้ำในการค้าขายสินค้าและบริการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

6) การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี หมายถึง การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำแบบใคร เป็นการสร้างจุดแข็งให้กับชุมชน ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แม้จะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่ก็มีความแตกต่างกัน อาทิ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีภาษาที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ภาษาโคราช ภาษาไทยอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย ภาษาเยอ เป็นต้น ซึ่งภาษาเหล่านี้ถือว่าเป็นจุดแข็งของแต่ละพื้นที่สามารถนำมาจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น

7) การมีอิสระภาพในการบริหารจัดการ ได้แก่ การที่ชุมชนมีอิสระภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถานประกอบการและชุมชน ไม่ควรได้รับผลประโยชน์เพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โครงสร้างการบริหารจัดการควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และมีอิสระในการดำเนินงาน อาทิ การเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความเหมาะสมของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น

8) การสื่อสารและการตลาดที่ดี หมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจุบันการสื่อสารของไทยถือว่ามีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สื่อประชาสัมพันธ์ของไทยมีทั้ง สื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ โบปปลิว และสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งต่างช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น

9) การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ ได้แก่ การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมาก ปัจจุบันหลายองค์กรให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ให้การสนับสนุนงบประมาณการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ก็มีหลายชุมชนที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงในขณะที่ยังงบประมาณที่ให้การสนับสนุนมีจำนวนจำกัด การมองหาแหล่งเงินทุนในท้องถิ่นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาด้านเงินลงทุนได้

10) การมีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง หมายถึง การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการดำเนินงานโดยชุมชนเป็นหลัก ผู้นำชุมชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในปัจจุบันผู้นำชุมชนท้องถิ่นของไทยยังขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้นำชุมชนจึงมีความสำคัญมาก

11) การเมือง หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการที่นำมาใช้เพื่อจัดระเบียบความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง การเมืองของไทยยังถือว่าไม่เสถียรภาพน้อย เกิดการแตกแยกทางวิชาการเมืองอย่างเห็นได้ชัด ทั้งการก่อการร้ายในบางพื้นที่ ซึ่งแท้จริงแล้วการเมืองมีความสำคัญมากเพราะการเมืองมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในเมืองไทย พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว

ปรีณัฐ ชิดโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) จากการศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่าการจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้นต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งได้ใน 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งต้องพัฒนาความโดดเด่น และดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งยังต้องสามารถจัดการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนในเวลาเดียวกัน พื้นที่ของสวนผึ้งนั้นมีความโดดเด่นในเรื่องของธรรมชาติและวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการปรับปรุง เพิ่มคุณค่าให้แก่พื้นที่ สร้างบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จากทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ

2) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้นำในความคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยสามารถส่งเสริมการพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ในสวนผึ้งนั้นมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน และมีชื่อเสียงจากการที่ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว หรือรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นใน

สวนผึ้ง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสามารถเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมในนามชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง หรือ I Love สวนผึ้ง ซึ่งได้พยายามผลักดันส่งเสริมการท่องเที่ยวของสวนผึ้งอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องใช้ประโยชน์จากการรวมตัวกันในการแบ่งปันแนวคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่าย ประสานงาน ร่วมกันสร้างแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์กับทุกภาคส่วน ให้สามารถพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งได้

3) ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น คนในชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้ชุมชนต้องสามารถใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ได้อย่างกลมกลืน คนในชุมชนต้องสามารถจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาได้อย่างเป็นระบบ สามารถถ่ายทอด ทักษะ ความสามารถ ปรับปรุงดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในปัจจุบันได้ สำหรับชุมชนในสวนผึ้งซึ่งมีหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรมพื้นฐานคนในชุมชนมีอัตลักษณ์ไม่ตรีต่อกัน ซึ่งเป็นจุดสำคัญหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ต้องเกิดการส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวต่อชุมชน อีกทั้งสร้างความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน และนำมาเผยแพร่ เพื่อสร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4) กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities and Products) กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์นั้น ในมุมมองของ Richards (2010a) จะเป็นรูปแบบ กิจกรรมหรือสินค้าที่สร้างประสบการณ์หรือทักษะ เป็นการขายสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความประทับใจประสบการณ์ที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว สวนผึ้งมีทรัพยากรที่สำคัญ ทั้งด้านธรรมชาติ และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่จะสามารถนำทรัพยากรต่างๆ ที่มีพัฒนาเป็นกิจกรรม หรือสินค้าเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว มอบประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมและเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว เช่นดังในปัจจุบันในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้พยายามเสริมจุดเด่นในเรื่องธรรมชาติของสวนผึ้ง มาประยุกต์กับธุรกิจโดยสนับสนุนมุมมองการอนุรักษ์ ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ล่าสุดของสวนผึ้ง ได้แก่ CORO field ฟาร์มเกษตร เมล่อนสมัยใหม่ เพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปจับจ่ายใช้สอยซื้อผลิตภัณฑ์พืชผลทางการเกษตรแบบไร้สาร อีกทั้งมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศึกษา หรือลงมือปลูกเองและนักท่องเที่ยวจะต้องกลับมาอีกครั้งเพื่อดูความเจริญงอกงามของผลิตผลที่ตนได้ลงมือปลูกเอาไว้ จากที่ได้กล่าวมานั้น อย่างไรก็ตาม สวนผึ้งยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ที่ยังไม่ได้นำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอีกมากมายหากสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และภาครัฐ เพื่อสร้างกิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ยิงจะทำให้สวนผึ้งก้าวเข้าสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

5) การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication) การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเพราะการจะให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว การสื่อสารในปัจจุบันมีช่องทางที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถเข้าถึงได้เกือบทุกกลุ่มเป้าหมาย และเกือบทุกพื้นที่ในโลก เทคโนโลยีการสื่อสารสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง สื่อที่หลากหลายขึ้น

ไม่ว่าจะเป็นสื่อในลักษณะดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารการท่องเที่ยวได้อย่างดี และนักท่องเที่ยวเองก็สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น

บริบทจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง พ.ศ. 2560-2564 (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง, 2560)

การจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ได้เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการ โดยมีกระบวนการสร้างความเห็นพ้องต้องกันในเป้าประสงค์วิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ และแผนงาน/โครงการต่างๆ ที่บรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติการเป้าหมายของการจัดทำแผนปฏิบัติการเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การบูรณาการและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการฯ ให้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมให้ได้มากที่สุดเป็นลักษณะองค์รวม โดยต้องมุ่งสะท้อนให้ผู้มีส่วนร่วมในการทำงานของแผนปฏิบัติการเห็นความสำคัญในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดและกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

2) แนวคิดการพัฒนาของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวควรอยู่บนพื้นฐานศักยภาพของพื้นที่ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความต้องการของชุมชน โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาร่วมกัน มีแนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลักเมืองท่องเที่ยวรอง และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้าและส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกันในพื้นที่ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้ และทรัพยากรระหว่างกัน

3) ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เครือข่ายชุมชน สถาบันการศึกษาและนักวิชาการในพื้นที่

4) กำหนดระยะเวลาการดำเนินงานของแผนปฏิบัติการ 5 ปี โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการออกเป็นโครงการที่ต้องดำเนินการในระยะสั้น 1 -2 ปี และโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อการวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาว 3-5 ปี

1.1 สถานการณ์ทิศทางการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง การท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม และปัจจุบันเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2557 รายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนมากถึง ร้อยละ 10.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) และส่งผลให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ทั้งสินค้าและบริการ เช่น อาหารแปรรูป การก่อสร้าง ขยายตัวในลักษณะตัวคูณ (Multiplier) อัตราส่วนดังกล่าวเติบโตในแนวขนานกับจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 11.7 ล้านคน และ 0.4 ล้านล้านบาทในปี 2547 เป็น 24.8

ล้านคนและ 1.1 ล้านล้านบาทในอีก 10 ปีถัดมา ก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 6 ล้านคน หรือคิดเป็น อัตราร้อยละ 16.0 ของการจ้างงานทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม สถิติดังกล่าวมิได้สะท้อนสถานภาพของการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันโดยสมบูรณ์ เพราะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โครงสร้างนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ อาทิ ประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนเติบโตอย่างก้าวกระโดด สวนทางกับนักท่องเที่ยวจากประเทศพัฒนาแล้วที่ประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และประสงค์เดินทางไปยังจุดหมายใหม่ๆ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยค่อนข้างอึมครึมโดยในปี 2557 นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ตะวันออกกลางและเอเชียเนี่ยลดลงร้อยละ 2.3 5.1 และ 7.8 จากปีก่อนหน้า ตามลำดับ ตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมา ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ด้วยปัจจัยหลายประการ อาทิ โครงสร้างพื้นฐานการเดินทางทางบกไม่เอื้ออำนวย บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เพียงพอ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการจำกัด รวมทั้งตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และการตลาดของแต่ละกลุ่มจังหวัดไม่ชัดเจน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักในภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคเหนืออันเป็นที่รู้จักในระดับโลก ซึ่งก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในแนวขนาน โดยกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ตมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100,000 ล้านบาทต่อปีซึ่งมากกว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมกัน 20 จังหวัด

จากตารางที่ 2.2 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ในปี 2557-2559 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 6,032,498 คน 6,991,181 คน และ 7,273,959 คน ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 783,657 คน 829,528 คน และ 855,096 คน ตามลำดับ และถ้าพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559

(หน่วย: คน)

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย			จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		
	2557	2558	2559	2557	2558	2559
หนองคาย	1,841,582	1,971,995	2,045,307	526,981	545,350	563,193
เลย	1,548,723	1,897,358	1,993,768	33,228	35,764	37,354
นครพนม	838,857	905,501	941,457	74,281	77,119	79,311
บึงกาฬ	471,755	530,921	560,393	5,609	6,206	6,360
มุกดาหาร	1,331,581	1,685,406	1,733,034	143,558	165,089	168,878
เขตพัฒนาการ ท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำโขง	6,032,498	6,991,181	7,273,959	783,657	829,528	855,096

ในส่วนจขงรายไ้จากนักทอ้งเทียวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาทอ้งเทียวในเขตพัฒนาการทอ้งเทียววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ.2557-2559 มีรายไ้จากนักทอ้งเทียวชาวไทย จํานวน 9,924 ล้านบาท 11,750 ล้านบาท และ 12,758 ล้านบาท ตามลำดับ และมีรายไ้จากนักทอ้งเทียวต่างชาติจํานวน 1,048 ล้านบาท 1,149 ล้านบาท และ 1,223 ล้านบาท ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัดรายไ้จากนักทอ้งเทียวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ก็มีจํานวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน (ตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 รายไ้จากนักทอ้งเทียวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559

(หน่วย: ล้านบาท)

จังหวัด	รายไ้จากนักทอ้งเทียวชาวไทย			รายไ้จากนักทอ้งเทียวชาวต่างชาติ		
	2557	2558	2559	2557	2558	2559
หนองคาย	3,550	3,848	4,121	627	660	705
เลย	2,591	3,251	3,607	84	96	105
นครพนม	1,325	1,466	1,596	83	90	95
บึงกาฬ	707	828	906	10	11	11
มุกดาหาร	1,751	2,357	2,528	244	292	307
เขตพัฒนาการทอ้งเทียววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	9,924	11,750	12,758	1,048	1,149	1,223

ดังนั้นจะเห็นไ้ว่าการทอ้งเทียวในเขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขงนั้นมีการทอ้งเทียวที่ขยายตัวเติบโตมากขึ้นทั้งด้านจํานวนของนักทอ้งเทียวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และด้านรายไ้ที่เกิดจากการทอ้งเทียวการเปลี่ยนแปลงที่ขยายตัวมากขึ้นนี้ จึงบ่งบอกถึงความสําคัญของเขตพื้นที่นี้ว่าควรจะมีการพัฒนาในเรื่องของการทอ้งเทียวเพื่อให้เกิดการรองรับกับการทอ้งเทียวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น

1.2 การประเมินศักยภาพด้านการทอ้งเทียว

จากประเด็นด้านต่างๆ ได้นำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคตามประเด็น/ปัจจัยของ Diamond Model ดังนี้

1) เงื่อนไขอุปสงค์ (Demand Condition)

จุดแข็ง มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ตึนนักทอ้งเทียวในประเทศ มีแนวโน้มทอ้งเทียวในประเทศมากขึ้น

จุดอ่อน การเติบโตเศรษฐกิจภายในประเทศชะลดั

โอกาส แนวโน้มความนิยมในการทอ้งเทียวไปสู่การทอ้งเทียวเชิงวัฒนธรรม การเติบโตของนักทอ้งเทียวจีน และมีนักทอ้งเทียวจาก สปป.ลาว ข้ามชายแดนเพิ่มจํานวนมากขึ้น (ร้อยละ 17)

อุปสรรค การชะลดัตัวของเศรษฐกิจในตลาดทอ้งเทียวหลักของไทย เช่น จีน รัสเซีย ยุโรป เป็นต้น

2) เงื่อนไขอุปทานหรือ ปัจจัยการผลิต (Factor Condition)

จุดแข็ง มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายมีความหลากหลายทางชีวภาพและความสมบูรณ์ของพื้นที่ลุ่มน้ำมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมที่สะดวกและมีค่าครองชีพต่ำ คุ่มค่ากับการท่องเที่ยว

จุดอ่อน ถนนเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับท่าเรือยังต้องปรับปรุง และควรมีการก่อสร้างท่าเรือเพิ่มเติมขาดมาตรฐานความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาความรู้ทางด้านการจัดการและทักษะด้านภาษา และการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ยังเป็นลักษณะเฉพาะจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ยังขาดการเชิญชวนและสร้างแรงดึงดูดในวงกว้าง

โอกาส สังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่สนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การให้ความสำคัญของภาครัฐในการอนุรักษ์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์และยั่งยืนมากขึ้น

อุปสรรค การขยายตัวของเมืองและเศรษฐกิจในภูมิภาค ส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนและกระแสทางวัฒนธรรมสมัยใหม่/วัฒนธรรมกระทันหัน

3) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Supporting Industry)

จุดแข็ง จำนวนโรงแรมและที่พักในมุกดาหาร และหนองคายเพิ่มขึ้นมีการเชื่อมโยงสู่ สปป.ลาว และข้ามไปสู่กลุ่มประเทศในอินโดจีนมีการดำเนินแผนการตลาด Six Countries One Destination อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหลายอย่างสามารถสนับสนุนส่งเสริมบรรยากาศเชิงวัฒนธรรมได้อย่างกลมกลืน อาทิ การปั่นจักรยาน พิชิตภคินท์พื้นบ้าน ร้านอาหารประจำถิ่น

จุดอ่อน แหล่งท่องเที่ยวมีอยู่กระจาย ใช้เวลาในการเดินทางมากมีลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เป็นแนวยาวตามลำน้ำโขง ทำให้ยากแก่การเชื่อมต่อการเดินทางได้ในคราวเดียวกัน รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นลักษณะท่องเที่ยวช่วงสั้นมีการพักค้างในพื้นที่จำนวนน้อยมากส่งผลต่อการพัฒนาและการดำเนินธุรกิจโรงแรมและที่พักในระยะยาว สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีปัญหาด้านความเพียงพอและคุณภาพ

โอกาส สถานศึกษาในพื้นที่มีการผลิตบุคลากรในสาขาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ในระยะยาวความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชนและคนในพื้นที่ การเดินทางมีความสะดวกเพิ่มมากขึ้นจากอดีต ทั้งการเดินทางโดยสารเครื่องบิน ที่มีจำนวนเที่ยวบินเพิ่มมากขึ้นและคมนาคมอื่นการค้าชายแดน และเขตเศรษฐกิจพิเศษที่กำลังจะเกิดขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและขยายตลาดด้านการค้าและการท่องเที่ยว

อุปสรรค ความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชนน้อยการขยายตัวของเมืองและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไป อาจส่งผลต่อสภาพและบรรยากาศการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เกษตรกรรม ส่งผลให้พื้นที่สีเขียวลดลงและความสมบูรณ์ของธรรมชาติ รวมถึงผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ

4) บริบทการแข่งขัน (Rivalry)

จุดแข็ง จังหวัดเลยมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ และยังคงวิถีชีวิตเดิมไว้ อย่างดีหนองคาย เป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและชุมชนเมืองที่สูง รวมทั้งยังตั้งอยู่ตรงข้ามกับเมืองเวียงจันทน์ ซึ่งเป็นเมืองหลวงของ สปป.ลาวขณะที่นครพนม เป็นจังหวัดที่ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตเรียบง่าย ทั้งยังมีประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และมุกดาหารเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูง

จุดอ่อน ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ยังไม่ชัดเจนทำให้ไม่เป็นที่จดจำ

โอกาส มีความสัมพันธ์เมืองแฝดมุกดาหาร-สะหวันนะเขต-กวางตรี-ฉงจั่ว
อุปสรรค มีการเปิดเส้นทางการบินระหว่างประเทศโดยสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น กรุงเทพฯ - หลวงพระบาง ซึ่งส่งผลให้สูญเสียการนักท่องเที่ยวบางส่วน

5) นโยบายรัฐ (Government Policy)

จุดแข็ง มีความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและกำหนดเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญ

จุดอ่อน ขาดการบูรณาการนโยบายด้านการท่องเที่ยวปัญหาภายในทางเศรษฐกิจและการเมืองที่อาจเกิดขึ้นขาดการบูรณาการทั้งนโยบาย งบประมาณ จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อร่วมกำหนดทิศทางและความต้องการที่สอดคล้องกับพื้นที่นโยบายส่วนใหญ่ขาดความต่อเนื่องและสร้างเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โอกาส การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นโยบายการพัฒนาระบบขนส่งจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มคลัสเตอร์ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นเขตเศรษฐกิจพิเศษ สามารถเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน รวมถึงภาคการท่องเที่ยว

อุปสรรค ความผันผวนภาวะเศรษฐกิจการเมืองของโลกการส่งเสริมภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมบางชนิดอาจส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการขยายตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของภูมิภาคอื่นอาจเกิดการกระจุกตัวในบางจังหวัด

1.3 ประเด็นด้านสร้างคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวริมฝั่งโขง

1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่ม CLMV ที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน เพื่อทดแทนนักท่องเที่ยวหลักกลุ่มเดิม

2) เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวของสองฝั่งโขง เพื่อสนับสนุนส่งเสริมบรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน

3) กำหนดมาตรการที่ให้การท่องเที่ยวของสองฝั่งโขงเป็นลักษณะการเกื้อหนุนซึ่งกันและกันแทนการแข่งขันกัน

1.4 ประเด็นด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในการขยายตลาดการท่องเที่ยว

1) เน้นขยายกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) ที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ใกล้เคียงกับไทยเพื่อขยายตลาดสองฝั่งโขง

2) พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง

3) พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงเพื่ออำนวยความสะดวกในการขยายตลาดตามวิถีชีวิตสองฝั่งโขง

4) ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลายเหมาะสมกับวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง

5) ใช้อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงและวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด

1.5 ประเด็นด้านการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1) ภาครัฐร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ทั้งภาคเอกชน และชุมชนในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

2) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวโน้มความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง

3) บูรณาการแผนการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เอกชน และชุมชนเพื่อเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับภาวะ/ศักยภาพของเขตพื้นที่การท่องเที่ยว

4) ปรับปรุงพัฒนาเส้นทางการเชื่อมต่อระหว่างจังหวัด

5) ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

6) พัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนเพื่อเตรียมการรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวและการขยายตัวของเมือง

7) บูรณาการและจัดระบบการจัดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวให้ทั่วถึง

1.6 จุดยืนทางยุทธศาสตร์ รูปแบบและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ได้ข้อสรุปที่เป็นผลการวิเคราะห์จุดยืนทางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

จุดยืนทางยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ ได้แก่ เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย ที่มีความผูกพันกันผ่านแม่น้ำโขง เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญของคลัสเตอร์พัฒนาหนองคาย ให้เป็นจุดกระจายการท่องเที่ยว (Tourism Distributor) เชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) และเป็นสถานที่จัดการประชุมสัมมนาของหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศ

จุดยืนทางยุทธศาสตร์เชิงภารกิจ ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นภารกิจร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจของภาคเอกชน และคนในชุมชน เชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจพิเศษเข้ากับห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ พร้อมไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยว จากจุดยืนทางยุทธศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็น 2 รูปแบบหลักตามลักษณะของพื้นที่ ดังนี้

รูปแบบ 1:

1) การท่องเที่ยวโดยใช้ทัศนียภาพของแม่น้ำโขง และ วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เป็นสิ่งดึงดูดใจร่วมกันของคลัสเตอร์

2) ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยการปรับใช้วิถีชีวิตที่แตกต่างหลากหลายที่ประกอบขึ้นเป็นภูมิสังคมโดยมีแม่น้ำโขงเป็นทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันของคลัสเตอร์

3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดย

3.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนภายในประเทศ (Leisure Inbound) กำหนดให้มีกิจกรรมที่เน้นการใช้ทัศนียภาพของแม่น้ำโขง และวิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำโขง เป็นสิ่งดึงดูดใจของคลัสเตอร์ ร่วมกับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม (Cultural Events) เพื่อเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก โดยมีนครพนมและมุกดาหารเป็นจุดหลัก (Node)

3.2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน (Leisure/CLMV) ใช้การท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายใช้สอย (Shopping) เป็นหลัก โดยมีหนองคายและมุกดาหารเป็นจุดหลัก (Node) พร้อมกับเชื่อมโยงไปยังการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ

3.3) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่เน้นกิจกรรมกลางแจ้ง (Leisure/Outdoor) ใช้พื้นที่นันทนาการ (Recreation Area) ของอุทยานเป็นจุดหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเขื่อนนันทนาการ

รูปแบบ 2:

1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดย

1.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่เน้นกิจกรรมกลางแจ้ง (Leisure/Outdoor) ใช้พื้นที่ที่ไม่ใช่พื้นที่ที่อยู่ในเขตคุ้มครอง (Protected Area) ที่กฎหมายกำหนดไว้เป็นจุดหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเชิงธรรมชาติเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยววิถีเกษตร

1.2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่เน้นวิถีชีวิต (Leisure/Lifestyle) ใช้รูปแบบการท่องเที่ยววิถีถิ่น การท่องเที่ยววิถีเกษตร และ การท่องเที่ยวเชิงมหกรรม (Festivals and Events)

1.3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มธุรกิจ (Business) โดยมีจังหวัดหนองคาย และจังหวัดมุกดาหารเป็น Node เชื่อมโยงกับท่าอากาศยานอุดรธานี โดยมีศูนย์ประชุม โรงแรม และสถาบันการศึกษาเป็นสถานที่หลักเพื่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจหรือ MICE ส่วนแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสนับสนุนกิจกรรมไม่ซ้ำ

2) ยกระดับจากการท่องเที่ยวที่มุ่งจุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการส่งต่อ (Distributor) โดยมีหนองคาย นครพนมและมุกดาหารเป็นประตู (Gateway) ของคลัสเตอร์เชื่อมต่ออุดรธานีกับ สปป.ลาว

3) พัฒนามุกดาหารเพื่อเป็น Node รองรับการท่องเที่ยวกลุ่ม Business และเขตเศรษฐกิจพิเศษ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาจุดยืนทางยุทธศาสตร์และรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงดังกล่าวข้างต้น สรุปแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและบทบาทของพื้นที่ได้ดังนี้

- 1) ใช้การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เพื่อสร้างคุณค่า (Value Creation) ทางการท่องเที่ยวโดยเพิ่มทั้งจำนวนวันพำนักในพื้นที่ และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
- 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการใช้แม่น้ำโขง เพื่อเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว โดยเฉพาะการพัฒนากิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- 3) พัฒนาคัลเจอร์เพื่อเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มภายในประเทศ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน CLMV
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุน การมีส่วนร่วม (Participation) ความร่วมมือ (Co-operation) และการผสมกำลัง (Synergy) ของภาครัฐภาคเอกชน และ ภาคชุมชนเพื่อพัฒนาโครงสร้างการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งเชิงพื้นที่และเชิงภารกิจ
- 5) ยกกระดับจากการท่องเที่ยวที่มุ่งสู่จุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) เป็นจุดกระจาย/ส่งต่อ (Distributor) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน CLMV

1.7 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

1.7.1 วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์

วิสัยทัศน์ : การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม สะพานเชื่อมโยงสองฝั่งโขง การส่งเสริมความสัมพันธ์ของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขง เพื่อพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่นำมาซึ่งการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพในพื้นที่ และก่อให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างสรรค้คุณค่า (Value Creation) ทางการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงและเพิ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในเขตพื้นที่
- 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการใช้แม่น้ำโขงในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับ สปป.ลาว โดยเฉพาะการพัฒนากิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงให้เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มภายในประเทศและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
- 4) เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวจากที่มุ่งสู่จุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) เป็นการกระจาย/ส่งต่อ (Distributor) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่นๆ และประเทศเพื่อนบ้าน
- 5) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุน การมีส่วนร่วม (Participation) ความร่วมมือ (Co-operation) และการผสมกำลัง (Synergy) ของภาครัฐภาคเอกชน และ ภาคชุมชนในการพัฒนาโครงสร้างการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งเชิงพื้นที่และเชิงภารกิจ

1.7.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง จากการวิเคราะห์จุดยืนทางยุทธศาสตร์ รูปแบบและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวนำมาสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มาตรฐาน สอดคล้องกับ ศักยภาพของพื้นที่

เป้าประสงค์

- 1) ยกระดับทรัพยากรในพื้นที่วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรมและธรรมชาติในเขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขงรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- 2) พัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ที่หลากหลาย เชื่อมโยงพื้นที่สองฝั่งแม่น้ำโขงที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกัน
- 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน

ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงให้มีคุณภาพ และเกิดความยั่งยืน
- กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบสาธารณูปโภคที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง
- กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติที่โดดเด่นและหลากหลายไปสู่ความยั่งยืน

ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

- 1) แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพ สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 2) ระบบสาธารณูปโภคและปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา สอดรับการท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ
- 3) เกิดกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการกระจายรายได้และนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยว

เป้าประสงค์

- 1) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาจากฐานทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว
- 2) ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมจากการท่องเที่ยว
- 3) ประชาชนเกิดการเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมต่อพลวัตของการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
- 4) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับการยกระดับ ทักษะ ความรู้ และการบริการที่สร้างความประทับใจและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติริมฝั่งโขงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2 สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนา เพิ่มมูลค่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวโน้มความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิตสองฝั่งโขง

ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1) ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงเป็นจุดขายสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติได้ตลอดทั้งปี

2) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงและวัฒนธรรมท้องถิ่น เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสองฝั่งแม่น้ำโขง

3) สิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวขยายตัวรองรับนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่สองฝั่งโขงอย่างเพียงพอ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

เป้าประสงค์

1) มีการสื่อสารการตลาดถึงกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) เกิดการตลาดที่สร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยว กิจกรรมที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่

3) มีความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ในการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทางเศรษฐกิจและสังคม

ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการตลาดโดยใช้อัตลักษณ์วิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงและวัฒนธรรมท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1) จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้เดินทางท่องเที่ยวผ่านการทำการตลาดตามเป้าหมายที่กำหนด

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการตลาดได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตรงกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

3) จำนวนองค์กรที่จัดกิจกรรมทางสังคมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวในพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์

- 1) บูรณาการการจัดการเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่วิถีชีวิตลุ่ม
แม่น้ำโขง
- 2) พัฒนาระบบการจัดการเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อ
ยกระดับการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่
- กลยุทธ์ที่ 1 บริหารการพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการกำหนด
ทิศทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่
- กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถในการรักษาความปลอดภัยให้แก่
นักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 3 บริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับภายใน
และภายนอกเขตพื้นที่
- กลยุทธ์ที่ 4 ตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล การดำเนินงานตาม
แผนพัฒนาการท่องเที่ยว
- แผนพัฒนาเมืองหลักเมืองรองทางการท่องเที่ยว และแผนปฏิบัติการพัฒนา
การท่องเที่ยว
- ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์
- 1) มีระบบการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะระบบฐานข้อมูลที่
สำคัญและจำเป็นในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงที่เผยแพร่และให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้
อย่างสะดวกและทั่วถึง
- 2) ระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ได้รับการพัฒนา
ให้มีประสิทธิภาพ
- 3) การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการพัฒนา
การท่องเที่ยวในชุมชนรวมถึงการสร้างความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สินอย่างเป็น
ระบบและมีประสิทธิภาพ
- 4) มีข้อมูลและชุดข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้แก่คณะกรรมการ
ท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

2. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เน้นทางด้านประวัติศาสตร์และ
วัฒนธรรม ซึ่งยังไม่สามารถสร้างรายได้หลักให้กับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มูลค่าเศรษฐกิจสาขา
ภัตตาคารและโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 0.77 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดฯ ซึ่งแต่ละจังหวัดมี
สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ อารยธรรมและงานประเพณี

จังหวัด	อนุรักษ์ / นิเวศน์ / ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/ อารยธรรม	ประเพณี
มุกดาหาร	1) อุทยานแห่งชาติมุกดาหาร (ภูผาเทิบ) 2) แก่งกะเบา 3) อุทยานแห่งชาติภูสระดอกบัว 4) น้ำตกตาดโตน 5) ตลาดอินโดจีน	1) วัดมโนภิรมย์ 2) วัดพระศรีมหาโพธิ์ 3) วัดลัญจิววัน 4) วัดศรีมณฑา 5) วัดนรवारาม 6) พระเจ้าองค์หลวงประดิษฐานอยู่ที่วัดศรีมงคลใต้ 7) หลวงพ่อสิงห์สองประดิษฐานอยู่ที่วัดศรีบุญเรือง 8) กลองมโหระทึก 9) เจดีย์ปู่ทองกิตติ	1) ประเพณีฮีตสิบสอง คองสิบสี่ 2) ประเพณีปิดบ้าน 3) ประเพณีแห่กัณฑ์หลอน 4) พิธีกรรมโซ่ถ่วงบัง 5) พิธีเกยา พิธีบายศรีสู่ขวัญ การรำเต้นหัวดอนตาล การรำภูไท การลำพญา 6) ตักบาตรเทโว 7) ประเพณีจุลกฐิน 8) ประเพณีไหลเรือไฟโบราณและบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์สองฝั่งโขง 9) ประเพณีไหลเรือไฟโบราณ 10) ประเพณีแข่งเรือออกพรรษา 11) งานตรุษจีน 4 แผ่นดิน 4 วัฒนธรรม และงานแสดงสินค้า EWEC - EXPO
นครพนม	1) ภูลิงกา 2) น้ำตกตาดขาม น้ำตกตาดโพธิ์ 3) หาดดอนแพง 4) หาดแห่ 5) ดานสาวคอย 6) หาดทรายทองศรีโคตรบูรณ 7) สนามกอล์ฟภูกระแต 8) ตลาดอินโดจีน 9) สวนหลวง ร.9 10) เขื่อนหน้าเมืองนครพนม 11) น้ำตกตาดโพธิ์	1) พระธาตุท่าอุเทน 2) พระธาตุเรณูนคร 3) พระธาตุประสิทธิ์ 4) พระธาตุมหาชัย 5) พระธาตุศรีคูณ 6) พระธาตุนคร 7) พระธาตุจำปา 8) วัดโอกาสศรีบัวบาน 9) รอยพระบาทบ้านเงินพระบาท 10) วัดพระพุทธโพธิ์ศรี 11) วัดมรุกขนคร 12) พระบางวัดไตรภูมิ 13) วัดนักบุญอันนา	1) งานประเพณีไหลเรือไฟช่วงออกพรรษา 2) งานนมัสการองค์พระธาตุพนม 3) งานประเพณีเสกต้นสาก 4) งานเทศกาลปลา 5) งานบุญเดือนสี่ของดีนาหว้า 6) การฟ้อนผู้ไทยเรณูนคร 7) ประเพณีการบายศรีสู่ขวัญ

จังหวัด	อนุรักษ์ / นิเวศน์ / ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/ อารยธรรม	ประเพณี
		14) วัดพระธาตุนพม วรมหาวิหาร 15) ชุมชนเผ่าผู้ไท	
เลย	1) อ่างเก็บน้ำห้วยน้ำ หมาน 2) อ่างเก็บน้ำห้วยน้ำ หมานตอนบน (ห้วย กระติง) 3) อ่างเก็บน้ำห้วยลิ้น ควาย 4) สถานีทดลองเกษตรที่ สูงอำเภอกุเรื่อ 5) แก่งคุดคู้ 6) สวนหินผางาม 7) อุทยานแห่งชาติภู กระติง 8) อุทยานแห่งชาติภู หลวง 9) อุทยานแห่งชาติภู สวนทราย 10) วนอุทยานถ้ำแสง ธรรมพรหมมาวาส 11) วนอุทยานน้ำตก ห้วยเลา 12) วนอุทยานภูบ่อปิด 13) วนอุทยานภูผาล้อม	1) โฮมสเตย์บ้านนาอ้อ 2) ชุมชนบ้านไม้เก่า 100 ปี ริมฝั่งโขงเชียงคาน 3) พระพุทธบาทภูควายเงิน 4) โฮมสเตย์บ้านนาป่าหนาด 5) โครงการบ้านเล็กใน ป่าใหญ่ (ผานาง-ผาเก็ง)	1) งานดอกฝ้ายบาน มะขาม หวานเมืองเลย 2) งานประเพณี การละเล่น ผีตาโขน 3) งานนมัสการพระธาตุ ศรีสองรัก 4) งานแสดงไม้ดอกเมือง หนาวที่ภูเรือ 5) เทศกาลงานคริสมาต
หนองคาย	1) ทิวทัศน์ลำน้ำโขงตาม เส้นทางจากจังหวัดไป อำเภอต่างๆ 2) น้ำตกธารทอง 3) น้ำตกธารทิพย์ 4) พิพิธภัณฑสถานน้ำจืด	1) วัดโพธิ์ชัย (หลวงพ่อบุญเหลือ) 2) วัดหินหมากเป้ง 3) วัดผาดากเสื่อ 4) พระธาตุพ็องพวน 5) วัดถ้ำดินเพียง 6) โฮมสเตย์บ้านเวียงคุก 7) โฮมสเตย์บ้านวังน้ำมอก	1) เทศกาลบั้งไฟพญานาค

จังหวัด	อนุรักษ์ / นิเวศน์ / ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/ อารยธรรม	ประเพณี
บึงกาฬ	1) น้ำตกเจ็ดสี 2) น้ำตกถ้ำพระ 3) น้ำตกชะแนน 4) น้ำตกตาดกนิรี 5) น้ำตกตาดทิพย์ 6) น้ำตกอ่ามโนราห์ 7) น้ำตกถ้ำฝุ่น 8) เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าภูวัว 9) ภูทอก 10) ภูสิงกา 11) หาดคำสมบูรณ์ 12) หาดสีดา 13) หนองกุดทิง 14) หนองกุดซาง 15) หาดคำสมบูรณ์ 16) บึงโขงหลง 17) ศูนย์โครงการอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	1) โฮมสเตย์บ้านขามเปี้ย 2) วัดโพธาราม 3) วัดป่าพันลำ 4) วัดสามัคคีอุปถัมภ์ 5) วัดอาฮงศิลาวาส 6) วัดถ้ำศรีธน 9) วัดภูสิงห์จ้อง 10) วัดไตรภูมิ 11) วัดถ้ำซ้อง 12) ศาลเจ้าแม่สองนาง	1) งานแห่เทียนพรรษา 2) งานแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทาน 3) งานไหลเรือไฟ 4) ประเพณีบุญบั้งไฟ

ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดในกลุ่มจังหวัดและกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2560)

4.1 จังหวัดหนองคาย

4.1.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดหนองคาย

หนองคาย “เมืองน้ำอยู่ริมฝั่งโขง” พื้นที่อันเป็นที่ตั้งในปัจจุบันได้มีการตรวจพบแหล่งโบราณคดีในเขตตำบลโคกคอน อำเภอท่าบ่อ พบหม้อดินโบราณ เหรียญเงินพูน้น (อายุสองพันปี) กระจุกมนุษย์ กระจายอยู่ทั่วไป และเป็นแหล่งถลุงแร่โลหะขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังพบแหล่งถลุงโลหะสมัยก่อนประวัติศาสตร์บางพื้นที่ ตอนเหนือของจังหวัด มีการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาแต่สมัยโลหะ พบในเขตภูโล้น อำเภอสังคม ซึ่งเป็นแหล่งทำเหมืองแร่ทองแดงสมัยก่อนประวัติศาสตร์ด้วย ในยุคประวัติศาสตร์มีการตั้งถิ่นฐานในพื้นที่จังหวัดหนองคายโดยปรากฏหลักฐานการติดต่อระหว่างอาณาจักรใกล้เคียงที่ได้มีการบันทึกเกี่ยวกับบ้านเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณจังหวัดหนองคาย เมืองหนองคายในอดีตเป็นชุมชนเมืองที่ขึ้นกับอาณาจักรขอม เมื่ออาณาจักรขอมล่มสลายก็ได้ขึ้นกับอาณาจักรล้านช้าง หลวงพระบาง และเวียงจันทน์ ตามลำดับ จนกระทั่งสมัยกรุงรัตนโกสินทร์พุทธศักราช 2369 เจ้าอนุวงศ์

ยกทัพผ่านเมืองรายทางถึงเมืองนครราชสีมา ทางกรุงเทพฯได้ให้พระยาราชสุภาวดี “สิง สิงหนเสนี” เป็นแม่ทัพปราบปราม โดยมีท้าวสุวอธรรมมา (บุญมา) ยกทัพจากเมืองโสธร และพระยาเชียง สามารถช่วยเป็นกำลังสำคัญในการทำศึกจนได้รับชัยชนะ และได้รับพระราชทานบำเหน็จความดีความชอบ พร้อมทั้งให้ท้าวสุวอธรรมมาเลือกทำเลสร้างเมือง 4 แห่ง คือ เมืองพานพร้าว อยู่ตรงข้ามกับเวียงจันทน์ (ปัจจุบันคืออำเภอศรีเชียงใหม่) เมืองเวียงคุก เมืองปะโค และบ้านไผ่ (บ้านบึงค่าย)

พุทธศักราช 2370 ท้าวสุวอธรรมมา (บุญมา) ได้เลือกเอาบ้านไผ่สร้างเป็นเมืองหนองคายขึ้นโดยได้โปรดเกล้าฯให้ท้าวสุวอธรรมมา (บุญมา) ดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองหนองคายคนแรก ให้เมืองเวียงจันทน์ขึ้นตรงต่อเมืองหนองคาย

พุทธศักราช 2434 ภายหลังกบฏฮ่อ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้านองยาเธอ กรมหมื่นประจักษ์ศิลปาคมเป็นสมุหเทศาภิบาล ประจำมณฑลลาวพวน ตั้งที่ทำการมณฑลอยู่ที่เมืองหนองคาย (ต่อมาเป็นมณฑลฝ่ายเหนือและมณฑลอุดรธานี)

พุทธศักราช 2436 (เหตุการณ์ ร.ศ. 112) ไทยเสียดินแดนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงให้แก่ฝรั่งเศส และระบุในสัญญาว่า “ห้ามมิให้ไทยตั้งหรือนำกองทัพบกทหารอยู่ในเขต 25 กิโลเมตรจากชายแดนกรมหมื่นประจักษ์ศิลปาคมจึงได้ย้ายที่ทำการมณฑลไปอยู่ที่บริเวณบ้านเดื่อหมากแข้งและตั้งเป็นมณฑลอุดรธานีมาจนถึงรัชกาลที่ 6 พุทธศักราช 2457 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติปกครองท้องที่ขึ้นโดยให้ยกเลิกระบบเจ้าปกครองนคร (เจ้าเมือง) ทั่วประเทศเปลี่ยนคำเรียกชื่อ “เมือง” มาเป็น “จังหวัด” มีข้าหลวงปกครอง (ต่อมาเรียกว่าผู้ว่าราชการจังหวัด) ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2458 กระทรวงมหาดไทยได้มีคำสั่งสถาปนาเมืองหนองคาย เป็นจังหวัดหนองคายตั้งแต่นั้นมาชุมชนและชาติพันธุ์

ชุมชนและชาติพันธุ์ในจังหวัดหนองคายในปัจจุบันกลุ่มคนที่อพยพมาอยู่ในเขตจังหวัดหนองคายได้มีการปรับตัวและปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กลมกลืนกับชาวพื้นเมืองที่ตั้งถิ่นฐานอยู่เดิมจนแทบไม่เห็นความแตกต่าง ทั้งการแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณีต่างๆ จะสังเกตได้เฉพาะสำเนียงของภาษาพูดที่ยังคงเหลือเค้าให้ทราบว่า เดิมเป็นชนเผ่าไหน ซึ่งพอจำแนกได้ดังนี้

1) กลุ่มชาวไทยอีสาน/ลาวอีสาน เนื่องจากเดิมเป็นอาณาจักรล้านช้างจึงนับเป็นกลุ่มลาวล้านช้างด้วย แต่ถึงอย่างไร หน้าตา ผิวพรรณ สำเนียงการพูด ก็แตกต่างจากชาวลาว จึงน่าจะเรียกว่า “ไทยอีสาน” ถือว่าเป็นกลุ่มชนที่มากที่สุดที่สุดในจังหวัดหนองคาย

2) กลุ่มไทพวน มีถิ่นฐานเดิมจากเมืองพวน แขวงเชียงขวาง ประเทศลาว อาศัยอยู่ที่อำเภอศรีเชียงใหม่

3) กลุ่มไทลื้อ/ไทดำ/ไทเหนือ เป็นกลุ่มที่อพยพมาจากเมืองหลวงพระบางและอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ปัจจุบันอยู่ที่อำเภอสังคมและอำเภอโพธิ์ตาก

4) กลุ่มคนเวียดนาม อพยพมาในสมัยสงครามอินโดจีน พร้อมๆ กับเจ้าเมืองจันทบุรีมาอยู่ที่อำเภอท่าบ่อ ตามประวัติศาสตร์เดิมมีกลุ่มคนที่เป็นชาติพันธุ์ต่างๆ อพยพมาที่จังหวัดหนองคายมากกว่านี้แต่ปัจจุบันไม่สามารถหาหลักฐานหรือสิ่งบอกเหตุว่าเป็นชนกลุ่มนั้นๆหรือไม่ เนื่องจากมีการกลมกลืนกันเป็นไทยอีสานหมดแล้วและมีบางส่วนที่เป็นกลุ่มคนที่อพยพมาจากจังหวัดอื่นๆ มาตั้งถิ่นฐานในอำเภอรัตนวาปี และอำเภอโพนพิสัย ซึ่งเรียกว่า “ไทคร้ว” เพราะในหมู่บ้านหนึ่งๆ จะมาจากหลากหลายจังหวัดและไม่สามารถสืบสานชาติพันธุ์ได้และปัจจุบันก็กลมกลืนกับชาวบ้านที่อาศัยอยู่เดิมหมดแล้ว

4.1.2 แผนพัฒนาจังหวัดหนองคาย (พ.ศ. 2561-2564)

- 1) วิสัยทัศน์ “เกษตรอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรุ่งเรือง เมืองท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง”
- 2) พันธกิจ
 - 2.1) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรโดยให้มีความเชื่อมโยงกับระบบอุตสาหกรรมและการค้า
 - 2.2) ส่งเสริม สนับสนุนการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และท่องเที่ยว
 - 2.3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเชื่อมโยงกับการเกษตรและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- 3) เป้าประสงค์รวม เพิ่มรายได้จากภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการค้า
- 4) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายรวม
 - 4.1) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 8
 - 4.2) รายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
 - 4.3) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
- 5) ค่านิยม หนองคายเมืองสะอาด สะอาด ปลอดภัย มั่นใจ น่าอยู่
- 6) ประเด็นยุทธศาสตร์
 - ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการเกษตรยั่งยืน
 - ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกกระดับมาตรฐาน การผลิต การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการบริการมุ่งสู่ประชาคมอาเซียน
 - ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสังคมสงบสุข
 - ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาคมน ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นเมืองน่าอยู่
 - ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบการให้บริการประชาชนสู่มาตรฐานสากล

4.1.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดชายแดนติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามลำน้ำโขงและอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงร่วมกับจังหวัดเลย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร ที่มีความหลากหลายทั้งทางนิเวศน์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สวยงาม ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยือนจังหวัดหนองคายในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

สรุปได้ว่าจังหวัดหนองคายมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2558 เพิ่มขึ้นทุกปี จากปี พ.ศ. 2556 จำนวน 1,879,025 คน ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 2,368,563 คน (เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 จำนวน 489,538 คน) และ ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 2,517,345 คน (เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 จำนวน 148,782 คน) ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยือนจังหวัดหนองคาย ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2558 รวมทั้งสิ้น 6,764,933 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 12,811.79 ล้านบาท ซึ่งอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีความชัดเจน ต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรมทั้งใน

เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กอปรกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดหนองคาย (ข้อมูลปรากฏในส่วนที่ 1) สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนกลาง และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทำให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยือนจังหวัดหนองคายในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดหนองคายได้เป็นอย่างดี โดยจังหวัดหนองคายมีเป้าหมายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นอีกหนึ่งสาขาการผลิตหลักที่สำคัญในพัฒนาและผลักดันให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดมีมูลค่าสูงขึ้น

4.2 จังหวัดบึงกาฬ

4.2.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดบึงกาฬ

จังหวัดบึงกาฬจัดตั้ง ขึ้นพระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดบึงกาฬ พ.ศ. 2554 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2554 โดยแยกการปกครองออกจากจังหวัดหนองคาย การขอจัดตั้งจังหวัดบึงกาฬเป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่มาตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2537 เนื่องจาก จังหวัดหนองคาย มีระยะทางยาวจากเหนือจรดใต้ ประมาณ 330.6 กิโลเมตร ราษฎรที่อาศัยอยู่บึงโขงหลง ซึ่งเป็นอำเภอที่ไกลที่สุดต้องเดินทางมาติดต่อราชการระยะทางถึง 238 กิโลเมตร การเดินทางไป - กลับทำให้ เสียเวลา และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในส่วนการบริหารราชการและการแก้ไขปัญหาด้านชายแดนไม่สะดวกและไม่ทั่วถึง หากจัดตั้งจังหวัดบึงกาฬแล้วจะย่นระยะทางได้ถึง 102 กิโลเมตร ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของ ราษฎร ทั้งนี้ การบริหารราชการลงไปแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จังหวัดบึงกาฬมีประชากรจำนวน 410,546 คน แบ่งเป็นชายจำนวน 207,016 คน เป็นหญิง จำนวน 203,530 คน อำเภอเซกาเป็นอำเภอที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด และอำเภอปากคาดเป็นอำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่มากที่สุด

4.2.2 แผนพัฒนาจังหวัดบึงกาฬ (พ.ศ. 2561-2564)

1) วิสัยทัศน์ “ศูนย์กลางยางพาราของภาคอีสาน สะพานเชื่อมการค้าการลงทุนอาเซียน การท่องเที่ยวได้มาตรฐาน บ้านเมืองน่าอยู่”

2) พันธกิจ

2.1) มุ่งสร้างและปรับปรุงระบบโครงสร้างบริการพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน เพื่อการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมให้ทั่วถึง โดยใช้แนวทางการ พัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)

2.2) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว

2.3) อนุรักษ์ ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.4) พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2.5) ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ภัยทางสังคม ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

2.6) พัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกภาคส่วนให้สามารถรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

2.7) ยกระดับพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ

3) เป้าประสงค์รวม เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ ผลผลิตทางการเกษตรมีผลิตภาพสูง ประชาชนมีรายได้ต่อหัวเพิ่มขึ้น สังคมอยู่เย็นเป็นสุขภายใต้สภาพแวดล้อมที่ดี

4) ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาขีดความสามารถการค้าและการลงทุน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 รักษาความสงบ ความมั่นคง และพัฒนาคนสู่สังคมคุณภาพ

4.2.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จังหวัดบึงกาฬ เป็นจังหวัดใหม่ซึ่งมีความจำเป็นจะต้องเร่งรัดการพัฒนาเมืองให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการดำรงชีพของประชาชน ถึงแม้จะเป็นจังหวัดใหม่แต่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ประกอบด้วย

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ภูทอก บึงโขงหลง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว น้ำตกเจ็ดสี หาดสีดา หนองบึงกาฬ โครงการอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ศาสนา อาทิ วัดอาฮงศิลาวาส วัดโพธาราม วัดสามัคคีอุปถัมภ์ ศาลเจ้าแม่สองนาง ฯลฯ

3) งานประเพณีที่สำคัญ อาทิ ประเพณีแข่งเรือยาวไทย-ลาว งานวันยางพารา บึงกาฬ งานสถาปนาจังหวัดบึงกาฬ ฯลฯ

4) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน สามารถเชื่อมการท่องเที่ยวโดยใช้ เวลาวันเดียวเที่ยวได้ 3 ประเทศ ไทย-ลาว-เวียดนาม

สภาพปัญหาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ

1) สถานที่ท่องเที่ยวไม่ได้รับการปรับปรุงพัฒนามานานจึงมีสภาพเสื่อมโทรมไม่จูงใจแก่นักท่องเที่ยว

2) การเข้าถึงลำบาก ถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยวชำรุดเป็นหลุม เป็นบ่อ ยากต่อการเดินทางเข้าถึง

3) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถยนต์ ห้องน้ำ/สุขา

4) ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักจังหวัดบึงกาฬและแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

4.3 จังหวัดเลย

4.3.1 สภาพทั่วไปของจังหวัดเลย

ดินแดนที่เป็นที่ตั้งจังหวัดเลยในปัจจุบัน เป็นชุมชนมาแต่โบราณ โดยมีหลักฐานทางโบราณคดี อาทิเช่น เครื่องมือหินซึ่งเป็นโบราณวัตถุสมัยก่อนประวัติศาสตร์และสมัยประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีขวานหินขัด กำไลหินขัดแถบอำเภอเชียงคาน ซึ่งเชื่อกันว่ากลุ่มชนแถบนี้ดำรงชีวิตภายใต้สังคมเกษตรกรรม มีการกำหนดอายุไว้ประมาณ 9,000 ปี

4,000 - 2,000 ปี ยุคสัมฤทธิ์ พบหลักฐานที่ทำให้สันนิษฐานได้ว่า มีการขุดแร่เหล็ก และทองแดงในบริเวณอำเภอปากชม และอำเภอเมืองเลย ขึ้นมาใช้ยุคประวัติศาสตร์ พบหลักฐานใบเสมาในพื้นที่อำเภอวังสะพุง อายุประมาณ 1,000-1,200 ปี ซึ่งเป็นยุคทวารวดี และแหล่งโบราณคดีในพื้นที่อำเภอภูหลวง คาดว่ามีอายุใกล้เคียงกัน และในพื้นที่นี้มีชุมชนซึ่งมีความเจริญ จนมีสภาพเป็นเมือง อาทิ เมืองด่านซ้าย เมืองเชียงคาน เมืองท่าลี่ ส่วนเมืองเลย ได้ยกฐานะจากชุมชนบ้านแฮ่ ที่ตั้งอยู่ริมห้วยน้ำหามาน ซึ่งไหลจากภูเขาชื่อภูผาหามาน เป็นเมือง ในปี พ.ศ. 2396 โดยตั้งชื่อเมืองตามแม่น้ำใหญ่ ว่า “ เมืองเลย ” ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยให้ขึ้นกับเมืองหล่มสัก พร้อมทั้งแต่งตั้งหลวงศรีสงครามเป็นเจ้าเมืองคนแรก (ท้าวคำแสน) นักสำรวจชาวฝรั่งเศส ชื่อ เอเจียน แอมอนิเย ได้เดินทางมาค้นหาศิลาจารึกและมาถึงเมืองเลย เมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2426 บรรยายสภาพเมืองเลยและอ่างบันทึกของมูฮอร์ (MOUHOT) นักสำรวจชาวฝรั่งเศส ซึ่งเดินทางมาถึงเมืองเลย ปี 2404 ว่า “ ...สภาพบ้านแฮ่ ตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งห้วยน้ำหามาน ประกอบด้วยกระท่อมประมาณ 200 หลัง บนพื้นที่สูง น้ำไม่ท่วมถึง หมู่บ้านตั้งเรียงรายอยู่ได้ร่มไม้ผล ใกล้กับทุ่งนา แม่น้ำเลยสามารถเดินเรือได้ในฤดูน้ำหลาก...”

“...ประชาชนครึ่งหนึ่งเป็นเกษตรกร และอีกครึ่งหนึ่งเป็นกรรมกรทำงานอุตสาหกรรม ผลิตอุปกรณ์การไถนา และมีดีไอโต้ เพื่อจำหน่ายไปทั่วจังหวัดข้างเคียง จนถึงจังหวัดที่อยู่เลยโคราชขึ้นไปอีก แต่ที่ไม่มีโรงงาน ไม่มีเครื่องจักรไอน้ำ แล้วก็เป็นที่น่าสนใจ เมื่อเห็นว่าการตั้งเตาที่จะตีเหล็กนั้น มีราคาต่ำที่สุด คือ จะมีการขุดหลุมกว้าง 1 เมตรครึ่ง ที่ดินเขา แล้วช่างเหล็กจะเอาก้อนแร่ใส่เข้าไปในหลุมนั้น แล้วเผาด้วยถ่านไฟ ที่มีความร้อนสูง เมื่อร้อนได้ที่แล้ว เหล็กก็จะไหลลงไปบนหลุมที่พื้นดิน หลังจากนั้นก็จะนำเอาเหล็กเป็นก้อนออกจากหลุมดังกล่าวไปทำการตีเป็นเครื่องมือที่โรงตีเหล็ก ...”

“...ที่นี้จะมีหลุมในดินอีก และมีไฟเผา ซึ่งจะมีเด็กคอยสูบลมด้วยท่อลมแฝด 2 ท่อ ซึ่งทำด้วยท่อนไม้กลวง โดยเอาปลายด้านหนึ่งฝังลงในดิน ภายในท่อสูบลมนี้จะมีลูกสูบทำด้วยสำลีจากตัวท่อสูบลมนี้จะมีหลอดไม้ไผ่ 2 หลอด ต่อไปที่เตาเผาเหล็ก เพื่อนำอากาศเข้าไปในเตาเผาซึ่งจะทำให้ไฟลุกกล้าเป็น...”

“...คนเมืองเลยไปคล้องช้างป่าแถบภาคใต้ของจังหวัดในเขตภูหลวงและภูเขียว เวลาออกเดินทางพวกเขาจะทำการบวงสรวงวิญญูณเชื้อกยาวซึ่งมีบ่วงคล้องเอาช้างด้วยข้าว เหล้า เป็ด และไก่เสียก่อน นอกจากนั้น นายพรานจะให้คำแนะนำว่า ห้ามภรรยาทำการตัดผม หรือรับแขกต่างบ้านให้พักค้างคืนในบ้านเด็ดขาด ถ้าหากไม่ปฏิบัติตามข้อห้ามเหล่านี้ จะทำให้ช้างที่คล้องมาได้นั้นหลุดมือไป ...”

ปี 2434 (รศ.110) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสังเกตเห็นว่า ฝรั่งเศสทำจะรุกรานพระราชอาณาเขต จึงได้จัดการปกครองพระราชอาณาเขตเป็นมณฑล และ ปี 2435 กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้จัดระบบการปกครองใหม่ เมืองเลยจึงแยกจากเมืองหล่มสัก ยกฐานะขึ้นเป็นเมืองโดยให้ขึ้นกับ มณฑลลาวพวน ที่ตั้งบัญชาการที่เมืองหนองคาย ก่อนที่จะย้ายมาตั้งที่บ้านหมากแข้งในปี 2436 (รศ.116) และเปลี่ยนชื่อเป็นมณฑลอุดรภายหลัง และยกฐานะขึ้นเป็นจังหวัดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบบริหารแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2476 มีอำเภอ ดังนี้ 1. อำเภอภูคุดอง (อำเภอเมืองเลยในปัจจุบัน) 2. อำเภอท่าลี่ 3. อำเภอด่านซ้าย (โอนมาจากเมืองพิษณุโลก) 4. อำเภอวังสะพุง (โอนมาจากเมืองหล่มสัก) 5. อำเภอเชียงคาน (โอนมาจากเมืองพิชัย)

4.3.2 แผนพัฒนาจังหวัดเลย (พ.ศ. 2561-2564)

1) วิสัยทัศน์ “เมืองน่าอยู่ เมืองแห่งการท่องเที่ยว การค้า และการลงทุนภายใต้การพัฒนาที่ยั่งยืน”

2) พันธกิจ

- 2.1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.2) พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว
- 2.3) ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 2.4) ยกระดับคุณภาพและผลิตผลทางการเกษตร
- 2.5) ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุน
- 2.6) เสริมสร้างสังคมให้น่าอยู่และยกระดับการให้บริการ
- 2.7) เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง

ปัญหาความมั่นคง

3) เป้าประสงค์รวม เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การลงทุน อุตสาหกรรมการผลิตและบริการภายในจังหวัด และพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้เป็นเมืองที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน

4) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายรวม

- 4.1) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว
- 4.2) เพื่อพัฒนาสินค้าเกษตรให้แข่งขันได้
- 4.3) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการให้เติบโตและแข่งขันได้
- 4.4) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสู่มาตรฐานสากล และสร้างความพอใจให้แก่

ผู้ใช้บริการ

4.5) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความสงบเรียบร้อย คน หมู่บ้าน ชุมชน โดยมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

5) ค่านิยม ค่านิยม : Loei value (ค่านิยมจังหวัดเลย) = D.LOEI

D = Development : เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอในทุกๆ ด้าน เช่นมีการปรับปรุงงานอยู่เรื่อยๆ

L = Learning Organization : เป็นจังหวัดที่มีการเรียนรู้อยู่เสมอ หรือเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

O = Open mind : เป็นจังหวัดที่มีบุคลากรเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ยอมรับการเห็นต่าง

E = Ethics : เป็นจังหวัดที่มีบุคลากรมีคุณธรรม จริยธรรม ต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

I = Integration : เป็นจังหวัดที่มีการทำงานบูรณาการทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน

6) ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การส่งเสริมและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมการผลิตและการบริการเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การพัฒนาคุณภาพชีวิตและการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อยกระดับสู่สากล

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การเสริมสร้างและรักษาความมั่นคง

4.3.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของจังหวัดเลย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ด้านการค้าบริการรวมของจังหวัดแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่สำคัญ ๆ อาทิ โรงแรมและที่พักภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุนการจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่จังหวัดเลยเป็นจำนวนมาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจังหวัดเลย

- 1) จังหวัดเลยได้ถูกคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในโครงการ “12 เมืองต้องห้ามพลาด Plus” โดยจังหวัดเลยจะเชื่อมโยงกับจังหวัดชัยภูมิ
- 2) จังหวัดเลยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย สวยงาม มากมายหลายแห่ง อาทิ อุทยานแห่งชาติภูเรือ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง แก่งคุดคู้ ภูมโนโล (แหล่งซากุระใหญ่ ที่สุดในเมืองเลย) ภูป่าเปาะ (ได้รับฉายาว่าฟูจิเมืองเลย) สวนหินผางาม (ได้รับฉายาว่าเป็นคุณหมิงเมืองเลย)
- 3) จังหวัดเลยมีศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อาทิ พระธาตุศรีสองรัก วัดศรีคุณเมือง พระใหญ่ภูคกงิ้ว ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเลย
- 4) จังหวัดเลยมีเส้นทางเดินรถของบริการรถโดยสารจาก เลย - ไซยบุรี - หลวงพระบาง ส่งผลให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากหลวงพระบางเดินทางเข้ามาในจังหวัดเลยมากขึ้น
- 5) จังหวัดเลยได้มีการส่งเสริม โดยเน้นปี 2559 คือ “ไทยเที่ยวไทย” เที่ยวจังหวัดเลยได้ตลอดทั้งปี

4.4 จังหวัดมุกดาหาร

4.4.1 สภาพทั่วไปของจังหวัดมุกดาหาร

เจ้าจันทร์สุริยวงษ์และพรรคพวกได้ตั้งอยู่ที่บ้านหลวงโพนสิม ใกล้พระธาตุอิงฮังทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง (ดินแดนลาว) ต่อมาอีกหลายสิบปี จนได้ถึงแก่กรรม เจ้าจันทกนิรี ผู้เป็นบุตร ได้เป็นหัวหน้าปกครองต่อมาจนถึง พ.ศ. 2310 มีนายพรานคนหนึ่งข้ามโขงมาทางฝั่งขวาตรงปากห้วยบังมุก ได้พบเมืองร้าง วัดร้าง และพบต้นตาล 7 ยอดอยู่ริมฝั่งโขง เห็นว่าเป็นทำเลที่อุดมสมบูรณ์กว่าดินแดนทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงอีกทั้งในแม่น้ำโขงตรงปากห้วยบังมุก มีปลาชุกชุม จึงกลับไปรายงานให้เจ้าจันทกนิรีทราบ เจ้าจันทกนิรีได้พาพรรคพวกข้ามโขงมาตุ๊กก็เห็นว่าคงเป็นที่ตั้งเมืองโบราณมาก่อน และเป็นทำเลที่อุดมสมบูรณ์กว่าทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง จึงได้พากันอพยพจากบ้านหลวงโพนสิมมาตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งขวาแม่น้ำโขงตรงปากห้วยบังมุก เมื่อเริ่มตากถางหักร้างพงป่าเพื่อตั้งเมืองขึ้นใหม่ ได้พบพระพุทธรูป

2 องค์อยู่ที่ใต้ต้นโพธิ์ริมฝั่งโขง พระพุทธรูปองค์ใหญ่เป็นพระพุทธรูปก่ออิฐถือปูน ส่วนพระพุทธรูปองค์เล็กเป็นพระพุทธรูปโลหะหล่อด้วยเหล็กเนื้อดี จึงได้พร้อมกันสร้างวัดขึ้นใหม่ในบริเวณวัดร้างริมฝั่งโขง และขนานนามวัดที่สร้างขึ้นใหม่นี้ว่าวัดศรีมุงคุณ(ศรีมงคล) และได้ก่อสร้างกุฏิวิหารขึ้น ในบริเวณวัดพร้อมกันได้อัญเชิญพระพุทธรูปทั้งสององค์ที่อยู่ใต้ต้นโพธิ์ริมฝั่งโขงขึ้นไปประดิษฐาน บนพระวิหารของวัด ต่อมาปรากฏว่าพระพุทธรูปโลหะ (องค์เล็ก) เกิดปาฏิหาริย์กลับไปประดิษฐานอยู่ใต้ต้นโพธิ์ที่ตั้งเดิมอีกถึง 3-4 ครั้ง ในที่สุดพระพุทธรูปองค์เล็กนั้นก็ค่อยๆ จมหายลงไปใต้ดิน คงเห็นแต่ยอดพระเศวตโผล่ขึ้นมาให้เห็นอยู่ใต้ต้นโพธิ์ริมฝั่งโขง จึงได้พร้อมกัน สร้างแท่นสักการะบูชาครอบไว้บริเวณนั้น และขนานนามพระพุทธรูปองค์นั้นว่า พระหลุบเหล็ก ปัจจุบันบริเวณที่พระหลุบเหล็กจมดินได้ถูกกระแสน้ำเซาะตลิ่งโขงพังลงไปหมดแล้ว (คงเหลือแต่แท่นสักการบูชาที่ยกเข้ามาเก็บรักษาไว้หน้าพระวิหารของวัดศรีมงคลใต้ในปัจจุบัน) ส่วนพระพุทธรูปองค์ใหญ่ที่ก่ออิฐถือปูนและได้อัญเชิญขึ้นไปประดิษฐานอยู่บนพระวิหารของวัดศรีมุงคุณ ชาวเมืองได้ขนานนามว่า "พระเจ้าองค์หลวง" เป็นพระประธานของวัดศรีมุงคุณ ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนนามเป็นวัดศรีมงคลใต้ ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองตลอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเมื่อครั้งตั้งเมืองขึ้นใหม่ในเวลากลางคืน ได้มีผู้พบเห็นแก้วดวงหนึ่งสีสดใสเปล่งแสงเป็นประกายแวววาวเสด็จ (ลอย) ออกจากต้นตาล 7 ยอดริมฝั่งโขง ล่องลอยไปตามลำน้ำโขงแทบทุกคืน จวบจนใกล้รุ่งสว่างแก้วดวงนั้นจึงเสด็จ(ลอย) กลับมาที่ต้นตาล 7 ยอด เจ้าจันทกนิริจึงได้ขนานนามแก้วศุภนิมิตดวงนี้ว่า "แก้วมุกดาหาร" เพราะตั้งเมืองขึ้นริมฝั่งโขงตรงปากห้วยบังมุกอีกทั้งได้มีผู้พบเห็นไข่มุก อยู่ในหอยกาบ (หอยก็) ในลำน้ำโขงอีกด้วย เจ้าจันทกนิริ จึงให้ขนานนามเมืองที่ตั้งขึ้นใหม่นี้ว่า "เมืองมุกดาหาร" ตั้งแต่เดือน 4 ปีกุน จุลศักราช 1132 (พ.ศ. 2313) อาณาเขตเมืองมุกดาหารครอบคลุมทั้งสองฝั่งแม่น้ำโขงจนจรดแดนญวน (รวมเขตของแขวงสุวรรณเขตของดินแดนลาวด้วย) ครั้นถึงสมัยกรุงธนบุรีเมื่อพระเจ้าตากสินมหาราช ได้แม่แสนยานุภาพขึ้นมาถึงแถบลุ่มแม่น้ำโขง จนถึง พ.ศ. 2321 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกฯ และเจ้าพระยาจักรียกกองทัพขึ้นมาตาม ลำน้ำโขง เพื่อปราบปรามและรวบรวมหัวเมืองน้อยใหญ่ในสองฝั่งแม่น้ำโขงให้รวมอยู่ในข้าขอบขัณฑสีมาของกรุงธนบุรี และได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ตั้งให้ เจ้าจันทกนิริ เป็น พระยาจันทรศรีสุราชอุปราชามันธาตุราช เจ้าเมืองมุกดาหารคนแรกและได้พระราชทานนามเมืองว่า เมืองมุกดาหาร

4.4.2 แผนพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร (พ.ศ. 2561-2564)

- 1) วิสัยทัศน์ "เมืองการค้า การเกษตร การท่องเที่ยวชายโขง เชื่อมโยงอาเซียน"
- 2) เป้าประสงค์รวม
 - 2.1) สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มมูลค่าในภาคเกษตร และสนับสนุนภาคการค้าชายแดนอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว
 - 2.2) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างชุมชนให้น่าอยู่ มีความมั่นคงและเป็นธรรม
 - 2.3) เพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และป้องกันภัยธรรมชาติ
- 3) ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์
 - 3.1) ด้านเกษตร: เกษตรมูลค่าสูง - โคเนื้อหนองสูง และข้าวอินทรีย์
 - 3.2) ด้านท่องเที่ยว: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - ท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

3.3) ด้านการค้าการลงทุน: การค้าชายแดน การลงทุน และเขตเศรษฐกิจพิเศษ

3.4) ด้านอุตสาหกรรม : อุตสาหกรรมเกษตร

4) ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานการเกษตรและต่อยอดเพื่อเพิ่ม

มูลค่า

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : ประตุการค้า การลงทุนเชื่อมโยงอาเซียนสู่สากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาเมืองและชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็น
ฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : การเสริมสร้างความมั่นคงชายแดน

4.4.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จังหวัดมุกดาหารเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับต้นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนักท่องเที่ยวสนใจในเที่ยวในจังหวัด อาทิ ตลาดอินโดจีน หอแก้ว ภูผาเทิบ แก่งกะเบา ฯลฯ และท่องเที่ยวงานประเพณีตามเทศกาลต่างๆ รวมทั้งการไปท่องเที่ยวต่อยังประเทศเพื่อนบ้าน ลาว เวียดนาม จีน เป็นต้น ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหารประมาณ 1,850,495 คน รายได้จากการท่องเที่ยว 2,648.29 ล้านบาท และมีรายชื่อร้านอาหารในจังหวัดมุกดาหาร ที่เป็นที่ยอมรับ และรู้จักของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดมุกดาหารตามเว็บไซต์

จังหวัดมุกดาหารเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามอยู่เป็นจำนวนมาก โดยสามารถแบ่งสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณวัตถุแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีการแข่งขันเรือออกพรรษา การละเล่นพื้นบ้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา แก่งแก่ง อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง ซึ่งอ้างอิงจาก

1) จุดแข็ง

1.1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรมประเพณี เช่น การท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ อุทยานแห่งชาติภูผายล อุทยานแห่งชาติภูสระดอกบัว พระพุทธรูปเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ณ วัดรอยพระพุทธบาทภูมโนรมย์ เป็นต้น

1.2) มีขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามเป็นเอกลักษณ์ เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นวัฒนธรรมพื้นบ้าน 8 เผ่า เป็นต้น

1.3) มีตลาดอินโดจีนเป็นแหล่งกระจายสินค้าสำคัญและสามารถเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว

1.4) ผลผลิตภัณฑของจังหวัดกำลังได้รับการจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ผ้าหโคลอน)

2) โอกาส

2.1) ความตกลงระหว่างประเทศไทยทำกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.1) ประชาชนในชุมชนทั้งสองฝั่งแม่น้ำโขงมีความสัมพันธ์อันดี และมีขนบธรรมเนียมประเพณี และการสื่อสาร ภาษาที่คล้ายคลึงกัน

2.3) รัฐบาลประกาศให้จังหวัดมุกดาหารเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิต กลุ่มแม่น้ำโขง

ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำโขงตามกลยุทธ์

1) การพัฒนาเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ

2) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดตามแนวคิดการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ

3) ขยายความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวระหว่างเครือข่าย และพันธมิตร

4.5 จังหวัดนครพนม

4.5.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัด

จังหวัดนครพนม ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีประวัติสืบ ทอดยาวนานมาหลายร้อยปี เดิมเคยเป็นมหานครของ “อาณาจักรศรีโคตรบูรณ” ที่รุ่งเรืองในอดีต ประมาณราวต้นพุทธศตวรรษที่ 12 เป็นอาณาจักรอิสระไม่ขึ้นกับใคร ในช่วงประมาณพุทธศตวรรษที่ 16 อาณาจักรศรีโคตรบูรณ ได้เสื่อมอำนาจลงตกอยู่ภายใต้การปกครองของอาณาจักรขอมต่อมาในราวพุทธ ศตวรรษที่ 18 ชื่อของ “ศรีโคตรบูรณ” ได้กลายมาเป็นเมืองในอาณาจักรล้านช้าง มีฐานะเป็นเมือง ลูกหลวง โดยพระเจ้ากรุงศรีสัตนาคนหุตล้านช้าง ทรงสร้างเมืองที่ปากห้วยหินบูรณ (ปากห้วยบรรจบ ลำน้ำโขงฝั่งซ้ายตรงข้ามอำเภอท่าอุเทน เหนือเมืองนครพนม) และได้สืบทอดราชสมบัติต่ออีกหลาย พระองค์ ภายหลังกย้ายเมืองมาตั้งที่ป่าไม้รวกห้วยศรีมังริมแม่น้ำโขงฝั่งซ้าย (คือเมืองเก่าใต้เมืองท่าแขกใน ปัจจุบัน) ถึงปี พ.ศ. 2297 มีพระนครานุรักษ์ครองเมืองศรีโคตรบูรณ มีความเห็นว่าเมืองมิได้ตั้งอยู่ที่ปาก ห้วยแล้วจึงได้เปลี่ยนนามเมืองใหม่ว่า “เมืองมรุกขนคร” เพราะถือว่าสร้างขึ้นในดงไม้รวก นามเมืองศรี โคตรบูรณจึงเปลี่ยนไปตั้งแต่นั้น

ช่วงประมาณ พ.ศ. 2309 สมัยพระบรมราชาแก้ว หลังจากชนะศึกกับพระนครานุ รักษ์ (คำสิงห์) เจ้าราชบุตรเขยผู้ไปสวามิภักดิ์ต่อพระเจ้าไชยเชษฐาธิราชที่ 2 (เจ้าองค์หล่อ) แห่งนคร เวียงจันทน์ พระองค์ได้ย้ายเมืองข้ามฝั่งแม่น้ำโขงมาที่ปากบังฮวก (ฝั่งประเทศไทยปัจจุบันคือบริเวณวัด มรุกขนคร ตำบลดอนนางหงส์ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม) และต่อมาในปี พ.ศ.2321 พระเจ้ากรุง ธนบุรีทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก และเจ้าพระยาสุรสิงหนาท ยกทัพ มาตีเอาหัวเมืองทางแถบแม่น้ำโขง รวมไปถึงจนถึงนครเวียงจันทน์ เมืองมรุกขนครจึงได้ขึ้นกับกรุงธนบุรีใน สมัยนี้ แต่ยังคงปกครองตนเองอยู่ หลังจากนั้น ราวปี พ.ศ. 2322 สมัยพระบรมราชา (พรหมา) ได้ย้าย เมืองจากปากบังฮวก มาอยู่ที่บ้านหนองจันทน์ (ห่างจากตัวเมืองนครพนมไปทางธาตุพนม 5 กม.) แล้ว สถาปนาเมืองขึ้นใหม่ชื่อว่า “นครราชธานีศรีโคตรบูรณ” ต่อมาในช่วง พ.ศ. 2330 ได้ย้ายเมืองมาตั้งทาง

ฝั่งขวาแม่น้ำโขงที่ปากห้วยบังฮวกบรรจบกับแม่น้ำโขง (ปัจจุบันอยู่ระหว่างบ้านดอนนางหงส์ท่า ตำบล ดอนนางหงส์ อำเภอธาตุพนม เลี้ยวไปจนถึงบ้านธาตุน้อยศรีบุญเรือง ตำบลพระกลางทุ่ง อำเภอธาตุพนม) เมื่อย้ายมาตั้งที่ปากห้วยบังฮวกได้ประมาณ 20 ปี น้ำก็ได้กัดเซาะตลิ่งพังลงมามาก จึงได้ย้ายเมืองมาตั้งที่ บ้านหนองจันทร์ (ห่างจากตัวเมืองนครพนมไปทางทิศใต้ 4 กิโลเมตร) ตั้งชื่อเมืองใหม่ว่า “นครบุรีราชธานี”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2337 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนนามเมืองเสียใหม่ว่า “เมืองนครพนม” ขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานคร การที่พระราชทานนามว่า “เมืองนครพนม” สันนิษฐานได้ว่า อาจจะเป็นด้วยเดิมเมืองนี้เป็นเมืองลูกหลวงมาก่อน เป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงให้ใช้คำว่า “นคร” หรืออีกนัยหนึ่งคำว่า “นคร” นี้ อาจรักษาชื่อเมืองเดิมไว้ คือ “เมืองนครบุรีราชธานี” ส่วนคำว่า “พนม” อาจจะเป็นด้วยจังหวัดนี้มีองค์พระธาตุพนมประดิษฐานอยู่ หรืออาจจะเนื่องจากเดิมมีอาณาเขตไกลไปถึงดินแดนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง คือบริเวณเมืองท่าแขก ซึ่งมีภูเขาสลับซับซ้อนมากมาย ไปจนถึงดินแดนของประเทศเวียดนาม จึงใช้คำว่า “พนม” เพราะแปลว่า “ภูเขา”

4.5.2 แผนพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร (พ.ศ. 2561-2564)

- 1) วิสัยทัศน์ :เมืองน่าอยู่ ประตุเศรษฐกิจสู่อาเซียนและจีนตอนใต้ - ตะวันออก
- 2) เป้าประสงค์รวม “เมืองแห่งความสุข ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความมั่นคงปลอดภัยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”
- 3) ประเด็นยุทธศาสตร์
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาการค้าและการลงทุน
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : การพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตเพื่อสร้างความสุขอย่างยั่งยืน
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : การรักษาความมั่นคงชายแดน
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 4) จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Positioning) จังหวัดนครพนม
 - 4.1) เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศาสนาประวัติศาสตร์ และนิเวศน์ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง
 - 4.2) เมืองการเกษตรปลอดภัยใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม
 - 4.3) เมืองศูนย์กลางการค้าชายแดนและการลงทุน ประตุเศรษฐกิจสู่อาเซียนและจีนตอนใต้ - ตะวันออก
 - 4.4) เมืองศูนย์กลางการรักษาพยาบาล และการผลิตบุคลากรทางสาธารณสุข
 - 4.5) เมืองการศึกษารองรับการพัฒนาสู่ประชาคมอาเซียน

5) พันธกิจ

5.1) ด้านเศรษฐกิจ

5.1.1) สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้จังหวัดโดยเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก ควบคู่กับการส่งเสริมการลงทุนจากนักลงทุนระดับประเทศในด้านที่จังหวัดมีศักยภาพ คือ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษการค้าชายแดนและการค้าระหว่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

5.1.2) การพัฒนาเกษตรปลอดสารพิษและอุตสาหกรรมเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คนครบพูนผลผลิตจากจังหวัดที่ประชาชนมีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับต่ำไปสู่จังหวัดที่ประชาชน มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับสูงพ้นความยากจน โดยยึดหลักการพัฒนาตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และใช้นวัตกรรมโดยยึดหลักการพัฒนาแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

5.2) ด้านสังคม เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สุขภาพดี ได้รับโอกาสทางการรักษาพยาบาลที่ได้มาตรฐาน ยกกระดับไปสู่การรองรับสังคมผู้สูงอายุมีโอกาสดูแลการศึกษาจากหลักสูตรและสถานศึกษาคุณภาพสูงมีโอกาสมอบอาชีพที่มั่นคงในท้องถิ่นบ้านเกิด โดยใช้หลักศาสนาอัตลักษณ์ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นแกนการขับเคลื่อนสังคม เพื่อนำไปสู่การมีชีวิตที่มีความสุขอย่างพอเพียงและมีคุณธรรม

5.3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่การเป็น “เมืองพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปลอดมลพิษ การบริหารจัดการต้นแบบแห่งอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง” ด้วยการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนโดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

5.4) ด้านการจัดการ มุ่งเน้นการพัฒนาเพิ่มสมรรถนะและบูรณาการระบบการบริหารจัดการภาครัฐเอกชน และประชาชน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยควบคู่กับการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลองค์กรให้โปร่งใส

5.5) ด้านความมั่นคง เพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็ง ปลอดภัยเสถียร สงบสันติสุขพื้นที่ชายแดนมีความมั่นคงและปลอดภัยจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ และมีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.5.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จังหวัดนครพนมมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและหลากหลาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองเช่น พระธาตุพนม พระธาตุประจำวันเกิดทั้ง 7 วัน ประดิษฐานอยู่ โดยให้มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของ สปป.ลาว เพื่อสร้างความต้องการด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่าง 3 ประเทศ (ไทย ลาว เวียดนาม) และเชื่อมโยงสู่จีนตอนใต้ และจีนตะวันออก ในปี 2558 มีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 1555.73 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ปี 2557 คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น 10.55 และในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 982,620 คน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.76

วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม เมื่อวันที่ 11 พ.ย. 2554 จังหวัดนครพนมได้เปิดใช้สะพานมิตรภาพ 3 นครพนม - คำม่วน ส่งผลให้มีการเติบโตเศรษฐกิจการค้า การลงทุน รวมถึงการท่องเที่ยว ถนนสุนทรวิจิตร อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ซึ่งเป็น

ถนนสายวัฒนธรรมสายสำคัญที่เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดตลอดทั้งปีการใช้เป็นสถานที่การจัดงานประเพณีไหลเรือไฟ ถนนคนเดิน ชมทิวทัศน์ริมฝั่งโขง ออกกำลังกายและพักผ่อนสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น พิพิธภัณฑ์จวนผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม (หลังเก่า) ซึ่งเป็นโบราณสถานที่รวบรวมเรื่องราวประวัติศาสตร์จังหวัดนครพนม โบสถ์นักบุญอันนา วัดเก่าแก่วังโขง 5 วัด ได้แก่ วัดโอกาส วัดโพธิ์ศรี วัดกลาง วัดมหาธาตุ วัดพระอินทร์แปลง หอนาฬิกาชาวเวียดนามอนุสรณ์ครั้งย้ายกลับมาดูภูมิภายหลังจากสงครามอินโดจีน ตลาดอินโดจีน ท่าเทียบเรือท่องเที่ยว อาคารบ้านเรือนเก่าแก่วังโขงที่มีสถาปัตยกรรมโคโลเนียลที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงตลอดถึงร้านอาหารอร่อยริมโขงถนนสุนทรวิจิตรหลายร้าน และใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำมาตลอดทั้งปี เส้นทางเดิน - วิ่งและเส้นทางจักรยานริมโขงที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย อัญมณีรัตนจินดาเดินวังริมฝั่งโขงที่ยาวที่สุดในประเทศไทย และในปี 2559 นายสมชาย วิทย์ดำรง ผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม ได้ประกาศให้จังหวัดนครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยมีนโยบาย สามที่สุด สู่สุขที่สุด 1. ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด พระธาตุพนม และพระธาตุประจำวันเกิด 2. สวยที่สุด สะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม - คำม่วน) 3. งามที่สุด ทักษิณภาพริมฝั่งโขง และจังหวัดนครพนม ยังสร้างแลนด์มาร์คพญานาคขนาดใหญ่ โดยใช้ชื่อว่า “พระศรีสัตตนาคราช” โดยมีการสมโภช ระหว่างวันที่ 9 - 17 กันยายน 2559 ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครพนมเป็นจำนวนมาก จึงเป็นแม่เหล็กที่สำคัญดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างชาติ

อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมที่ผ่านมายังคงมีปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย อาทิเช่น การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและไร้ทิศทาง งบประมาณยังไม่เพียงพอทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นที่น่าสนใจ ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทำให้ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวที่นครพนมเป็นแค่ช่วงสั้นๆ รวมถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้ได้รับความสะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก็ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้น และจังหวัดนครพนมได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด คือ “เมืองน่าอยู่ ประตุเศรษฐกิจสู่อาเซียนและจีนตอนใต้ - ตะวันออก” หมายถึงการพัฒนาจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางเมืองการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในแถบกลุ่มแม่น้ำโขง อาเซียนและจีน โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว สินค้า การบริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกรูปแบบให้เที่ยวอย่างสนุก ประทับใจปลอดภัย และมีความสุข”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ปิรันธ์ ชิดนโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้างหรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะ เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการ การท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ การศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

ศรารวรรณ เรืองกัลปวงศ์ และอรรรณพ เรืองกัลปวงศ์ (2558) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ดอำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านเศรษฐกิจ รองลงมา คือ ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม การเรียนรู้ 2) ปัจจัยภาวะผู้นำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล รองลงมาคือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 3) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกระตุ้นทางปัญญา โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้านอธิบายการผันแปรของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 69.1 แสดงเป็นสมการได้ดังนี้ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี = $0.769 + 0.394$ (ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ) + 0.228 (ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์) + 0.143 (ด้านการกระตุ้นทางปัญญา)

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาหัตถกรรมพื้นเมืองด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ณ นครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า การพัฒนาหัตถกรรมพื้นเมืองด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่การปฏิบัติการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยกระบวนการที่สำคัญ ประกอบด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่โดยนำมา วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ด้วยแนวทางสนทนากลุ่ม (Focus group) จากการหารูปแบบการนำเสนอ ด้วยแบบ 1 ว่าด้วยเรื่องเกี่ยวกับเรื่องราวของกลุ่ม มีประวัติ เรื่องราว อย่างไร แบบที่ 2 ว่าด้วยเรื่องด้านการผลิตและทักษะ ของช่างงานฝีมือที่มีอยู่ในแนวทางเฉพาะตัวไม่สามารถลอกเลียน

แบบได้ แบบที่ 3 ว่าด้วยเรื่อง ด้านลวดลายสีสันทัน เอกลักษณะที่โดดเด่น จดจำได้ง่ายในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์อันเกิดจากประสบการณ์ของบุคคล เพื่อนำมานำมาสู่กิจกรรมการปฏิบัติการในองค์ความรู้ สันทนาการกลุ่มเชิงลึก (Focus Group Meeting) อันเป็นแกนหลักในองค์ความรู้ของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วินิธา พานิชย์ (2557) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในองค์ประกอบด้านการมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สวยงามและสร้างสรรค์ ด้านความสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่โดดเด่น ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือและประเพณีในท้องถิ่น ด้านความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมืองโดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่นรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน รวมทั้งอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายบรรจุกิจกรรม นอกจากนี้ ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดสกลนครมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ สามารถชูภาพลักษณ์จังหวัดสกลนครได้อย่างชัดเจน และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี

อรรวรรณ บุญพัฒน์ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าจะจังหวัดเชียงราย มีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวแบบทั่วไป (Conventional Destination) ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบชมธรรมชาติและการท่องเที่ยวชมเมือง (Sightseeing Tour) มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tour) สำหรับการรับรู้ด้านอื่นๆ พบว่าอัยาศัยไมตรีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งนี้นักท่องเที่ยวรับรู้ (ประทับใจ) มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพและการให้บริการ ตามมาด้วยการรับรู้และประทับใจในด้านความหลากหลายและความร่ำรวยทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของจังหวัดเชียงรายรองจากปัจจัยด้านธรรมชาติ ข้อค้นพบที่น่าสนใจอีกประการคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักเช่น เพื่อนหรือญาติเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในส่วนของเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่ได้รับหลังการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังด้านต่างๆ จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ 1) ความคาดหวังมากที่สุดได้แก่ความคาดหวังที่จะได้ชื่นชมศิลปะและหัตถกรรม 2) ความคาดหวังระดับมาก ประกอบด้วย ความคาดหวังที่จะได้ชื่นชมวิถีชีวิตแบบล้านนา ความคาดหวังในการได้ลิ้มรสชาติอาหารท้องถิ่น ความคาดหวังในการได้สัมผัสวิถีชีวิต ชนเผ่าและความคาดหวังในการมีโอกาสได้ศึกษาและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม และ 3) ความคาดหวังระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ความคาดหวังในการได้สัมผัสงานเทศกาลและกิจกรรมท้องถิ่นในด้านการได้รับการตอบสนองหรือประสบการณ์ที่ได้รับจริง พบว่า มีความคาดหวัง 4 ด้านที่นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนอง (ประสบการณ์) ตรงตามความคาดหวัง ได้แก่ ความคาดหวังที่จะได้ชื่นชมวิถีชีวิตแบบล้านนา ความคาดหวังในการได้ลิ้มรสชาติอาหารท้องถิ่น ความคาดหวังในการได้สัมผัสวิถีชีวิตชนเผ่า

และความคาดหวังในการมีโอกาสได้ศึกษาและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังทั้ง 4 ด้านในระดับมากและได้รับการตอบสนองในระดับมากตามที่คาดหวัง ขณะที่ ความคาดหวังในการได้สัมผัสงานเทศกาลและกิจกรรมท้องถิ่นมีความคาดหวังระดับปานกลางและ ได้รับการตอบสนองในระดับปานกลาง มีเพียงความคาดหวังด้านศิลปะและหัตถกรรมเพียงด้านเดียว ที่การตอบสนองไม่สอดคล้องกัน โดยนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุดแต่ได้รับการตอบสนองใน ระดับปานกลางการทดสอบ One-Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและประสบการณ์จาก การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้ 1) การเปรียบเทียบอายุกับความคาดหวัง ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ในด้านอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพของงานเทศกาล/กิจกรรม ส่วนประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยวนั้นมีความ แตกต่างกันในด้านคุณภาพของอาหาร/ความสะอาดของอาหาร ความปลอดภัย คุณภาพของงาน เทศกาลและกิจกรรม 2) การเปรียบเทียบสถานะภาพสมรสกับความคาดหวังในการท่องเที่ยวจังหวัด และประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยวนั้นไม่มีความแตกต่างกัน 3) การเปรียบเทียบภูมิลำเนา กับความคาดหวังในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่าแตกต่างกัน ส่วนประสบการณ์ที่ได้รับหลังจาก การท่องเที่ยวนั้นไม่มีความแตกต่างกัน 4) การเปรียบเทียบรายได้กับความคาดหวังในการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย พบว่าแตกต่างกัน ส่วนประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน เฉพาะเรื่องความร่ำรวยของมรดกทางวัฒนธรรม รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้ มีโอกาสศึกษาและสัมผัสประสบการณ์จริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม เช่น ชุมชน สมาชิกในชุมชนหรือชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ เหมาะสมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ จะต้องมีการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่กันไปด้วย

พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ได้ศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวส่งผลกระทบเป็นอย่างสูงต่อการยอมรับในวัฒนธรรมโดยเฉพาะ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมที่ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในหลายๆ ประเทศ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและ สามารถดึงดูดจากสื่อโฆษณาและสื่อบันเทิง ได้ง่ายกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลีหรือประเทศจีนที่ใช้ภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์เข้า มาผูกติดกับการท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังสามารถถูกผูกให้เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทศิลปะและการแสดงได้ อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญในการ ขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์ของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ตามผู้ผลิตในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรยังจำเป็นที่จะคำนึงถึงความต้องการหรือ อุปสงค์ภายในประเทศด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากการพึ่งพาแต่ภาคการส่งออก (และนักท่องเที่ยวจาก ต่างประเทศ) แต่เพียง อย่างเดียวอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจของโลกได้ง่าย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการแบ่งสัดส่วนของตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ตามแต่ ความเหมาะสม

เสริม ผลเพิ่ม (2556) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไทย-ลาว ในเขตพื้นที่ชายแดนจังหวัดอุบลราชธานีและแขวงจำปาสัก พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไทย-ลาว ในเขตพื้นที่ที่มีความเป็นมาอย่างเรียบง่าย เป็นการไปมาหาสู่ในฐานะประเทศเพื่อนบ้าน ยังไม่มีกฎระเบียบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในลาวมีรูปแบบไม่ชัดเจน เนื่องจากมีจุดอ่อนทางด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่เมื่อการท่องเที่ยวในเอเชียและทั่วโลกแพร่กระจายเข้าสู่ลาวและไทย ทำให้ประเทศทั้งสองได้รับผลกระทบและมีข้อมูลมากมายที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว สภาพปัจจุบันและปัญหาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประเทศไทยและลาวมีดังนี้ 1) นโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสอง ระดับท้องถิ่น (อบต. อบจ. และแขวง) มักมุ่งเน้นการค้าชายแดนมากกว่าการท่องเที่ยว บางครั้งการดำเนินการไม่เป็นไปตามกฎระเบียบ 2) ความร่วมมือระหว่างเอกชน (ผู้ประกอบการ) เกิดจากความอ่อนแอของกฎหมาย และทัศนคติจากภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยว 3) ปัญหาระหว่างประชาชนคือ ความไม่สะดวกในการข้ามเขตแดนระหว่างกันเพื่อไปร่วมกิจกรรมจัดตามประเพณี ส่วนประเทศไทยมีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือรูปแบบการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไทย-ลาว การวิจัยพบว่า มี 3 รูปแบบ คือ แบบรัฐต่อรัฐ ภาคเอกชนต่อเอกชน และประชาชนต่อประชาชน รูปแบบระหว่างรัฐต่อรัฐ ดำเนินการโดยกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการบริการและความร่วมมือที่เกี่ยวข้อง รูปแบบระหว่างภาคเอกชนต่อเอกชน บริษัทหรือผู้ประกอบการขนาดใหญ่ควรพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชนและนักท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบระหว่างประชาชนต่อประชาชน ผู้เกี่ยวข้องจะต้องติดตามข้อมูลข่าวสาร เพื่อประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนของทั้งสองประเทศ

บุญครอง ขอบชาย (2555) ได้ศึกษาปรากฏการณ์กลุ่มมัชฌิม : แนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ประวัติความเป็นมาของปรากฏการณ์มัชฌิมในพื้นที่ศึกษาได้รับอิทธิพลทางความเชื่อศาสนาพราหมณ์และพุทธมหายาน ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีกับปราสาทแห่งอื่นในภาคอีสาน ปรากฏได้อิทธิพลทางลัทธิศาสนาและรูปแบบศิลปะแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 15 - 16 แบบปาปวน ได้แก่ กู่กาสิงห์ กู่โพนวิท และกู่พระโกนา ส่วนอีกสองแห่งสร้างราวพุทธศตวรรษที่ 18 ได้แก่ กู่โพนระฆัง และปรากฏกู่วัชบุรี เป็นแบบโรคยาศาลต่อมาเมื่อมีผู้คนอพยพจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงได้เข้ามาตั้งถิ่นบริเวณโบราณสถานมีการปรับตัวในการดำเนินชีวิต ตามคติความเชื่อให้เข้ากับโบราณสถานที่มีอยู่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสภาพปัจจุบันและปัญหาของปรากฏการณ์มัชฌิมในพื้นที่ศึกษาปรากฏแต่ละแห่งได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยว ทางเข้าสะดวก แต่เมื่อเข้าไปใกล้บริเวณปราสาทถนนส่วนใหญ่ชำรุด และขาดป้ายประชาสัมพันธ์ ตัวปราสาทและส่วนประกอบอื่นชำรุด มีการบูรณะเพียงบางส่วน นอกจากนี้ยังมีวัชพืชขึ้นรกรุงรัง กิจกรรมที่เกิดขึ้น ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ ที่พักและร้านอาหารจำหน่ายสินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ยังขาดการพัฒนาด้านความรู้ความสามารถ ไม่มีศักยภาพเพียงพอเพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรแนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ควรต้องมีการพัฒนาด้านสถานที่คือ โบราณสถานควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ ถนนหนทาง ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่พักแบบโฮมสเตย์ การปรับปรุงร้านอาหารจำหน่ายสินค้า และการพัฒนาบุคลากรสำหรับรองรับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับ

การพัฒนาในอนาคต ปรากฏการณ์สมัยขอมเป็นทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่า ดังนั้นควรมีการดูแลฟื้นฟูให้พร้อมต่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นอื่นได้

ภยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำงานศรี (2555) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย พบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สาธิตา แสนคำ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ความพึงพอใจต่อสภาพการท่องเที่ยวที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความคิดเห็นต่อปัญหาการท่องเที่ยวที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องการให้มีการพัฒนา คือ ควรมีการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการจัดการกิจกรรมที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมีสภาพที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดเมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมีปัญหาคือที่จะต้องแก้ไขและพัฒนา คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยและไม่ต่อเนื่อง ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

จิราณู โสภา และคณะ (2554) ได้ศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก อุทยาน ประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ถือเป็นแหล่งโบราณสถานที่มีความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมระดับโลก ซึ่งภาพรวมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก หน่วยงานภาครัฐยังคงมีบทบาทมากกว่าชุมชนในท้องถิ่น ทั้งนี้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร มีความแตกต่างกันในด้านพื้นที่ตั้ง ทำให้พบปัญหาในการจัดการพื้นที่ที่แตกต่างกัน เนื่องจาก อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่ในเขตเมือง ซึ่งมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้เกิดปัญหาการรุกล้ำพื้นที่มรดกโลก ส่วนอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร มีพื้นที่ตั้งแยกไปจากชุมชน แต่ก็ยังคงประสบปัญหาด้านพื้นที่ทับซ้อนกับที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินของชาวบ้าน ข้อเสนอแนะ ด้านนโยบาย ควรพิจารณาในการอนุรักษ์พื้นที่แผนการอนุรักษ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตควบคู่กันไปทางด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนควรจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง ควรมีการสำรวจและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐาน ที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสุขา สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทางหรือป้ายสื่อความหมายที่เหมาะสมที่รองรับขยะและสิ่งปฏิกูล เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และทางด้าน บริหารจัดการ พัฒนา ทรัพยากรบุคคล อบรมให้ผู้ประกอบการ มีจิตบริการและความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเพื่อ สื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยวได้

กฤตินี ณ์ภูธรุฒิสวัสดิ์ และคณะ (2553) ได้ศึกษาการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุแนวทางในการขับเคลื่อนเชิงนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อให้ผลการดำเนินงานสามารถสร้างผลกระทบที่จับต้องได้ ได้แก่ เศรษฐกิจและสังคมสูงสุด โดยได้วิเคราะห์ภาคีภาครัฐที่มีส่วนช่วยเหลือผู้ประกอบการและผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรม โดยได้ดำเนินการคัดเลือกเพียง 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ศิลปะการแสดง ศิลปะหัตถกรรม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผลของวิจัยชี้ให้เห็นถึงช่องว่างหรือโอกาสเชิงนโยบายที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติควรเร่งรัดจัดทำนโยบายแผนงานและโครงการ ได้แก่ การปรับระบบบริหารจัดการ การสร้างฐานข้อมูลทางวัฒนธรรม การปรับโครงสร้างภายในและศักยภาพของบุคลากร การให้ศูนย์วัฒนธรรมเป็นสถานที่รองรับกิจกรรมสร้างสรรค์ และการสร้างเสริมสังคมและถ่ายทอดวัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ได้ศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย พบว่า การพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต จะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้าโดยใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการปกป้องผลงาน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ได้แก่ การผลิตบุคลากรที่มีความรู้และทักษะการคิดสร้างสรรค์ได้ทันความต้องการการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์กระตุ้นการค้า

เชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและโลก การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา และการเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจน คนรวย และคนเมืองกับคนชนบท ต้องอาศัยความร่วมมือเป็นเครือข่ายจากฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเดินทางพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยอย่างจริงจัง

ภาณี ขนาธิปกรณ์ (2553) ได้ศึกษาประชาชนชาวเกาหลีได้ส่วนใหญ่มีความเป็นชาตินิยมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ประวัติศาสตร์เป็นแรงผลักดันให้ประเทศเกาหลีใต้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว กระแสเกาหลีใต้ได้นำไปสู่ความนิยมเกาหลีใต้ ทั้งในตัวคน สินค้าประเภทต่าง ๆ แฟชั่นการแต่งกาย อาหารภาษา รวมทั้งความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีใต้เป็นค่านิยมของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ทั่วโลกและต้องยอมรับกระแสเกาหลีใต้ทั้งหลายที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนอย่างรอบด้าน และได้รับการทุ่มเทสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง ทำให้ธุรกิจการส่งออกสื่อเนื้อหาวัฒนธรรมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของเกาหลีใต้

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ศึกษา Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย พบว่า พัฒนาการทุนนิยมเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ.1800 ในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางเทคนิคการผลิตในขั้นมูลฐาน จากวิธีการผลิตที่ใช้มือที่สอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ลงในตัวสินค้ามาเป็นการใช้เครื่องจักรซึ่งประหยัด แรงงานการผลิต จากวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน (Domestic System) หรือระบบจ่ายงานไปทำบ้าน (Putting - out System) ซึ่งนายจ้างเป็นผู้ออกค่าวัตถุดิบให้ลูกจ้างนำไปทำการผลิตภายในครัวเรือนของลูกจ้างเอง โดยที่ลูกจ้างจะเป็นเจ้าของเครื่องมือ ที่ใช้ในการผลิต และจะได้รับค่าตอบแทนจากจำนวนการผลิตที่ตนผลิตขึ้นเป็นรายชิ้นกลายเป็นการผลิตในระบบโรงงาน (Factory System) ซึ่งลูกจ้างจะต้องเข้าทำงานในโรงงานแบบเข้าไปเย็นกลับ หรืออาจจะพักค้างอยู่ในบริเวณโรงงานนั้นเลย และจะได้ค่าจ้างเป็นราย วัน โดยนายจ้างจะเป็นนายทุนคือเป็นเจ้าของวัตถุดิบที่ใช้และเป็นเจ้าของทุน และเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด การ เปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้นทำให้วิธีการผลิตแบบเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์สูญหายไป การที่สินค้าแต่ละชิ้นถูกผลิตโดยเครื่องจักรทำให้ นายทุนสามารถควบคุมปริมาณมากน้อยได้ตามต้องการ ชีวิตการทำงานของผู้ใช้แรงงานอยู่แบบแร้นแค้นสิ้นหวังอดทน เก็บเกี่ยวเม็ดเงิน ซึ่งเป็นค่าตอบแทนจากการใช้ร่างกายร่วมกับเครื่องจักร การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตชิ้นงานใหม่ไม่มีเพราะกำลังสมองถูกบั่นทอน ไปกับปริมาณสินค้าที่ต้องผลิตตามเป้าหมายของนายทุน หลังจากนั้นเรื่อยมา ทุกๆ ประเทศก็ดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยระบบโรงงาน และวิธีการผลิตสินค้าที่มีต้นแบบเดียวกัน ไม่มีการสอดแทรกเพื่อต่อยอดแนวความคิดเดิมเพื่อให้ได้สินค้าเชิงสร้างสรรค์แต่อย่างใด แต่ ในปัจจุบันหลายประเทศ เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย ฮองกง ญี่ปุ่น ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (Creative Economy) มากขึ้น และประเทศไทยเองมีความพร้อมด้านทรัพยากรที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเป็นเลิศในการต่อยอดแนวความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้ประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีการค้าโลกอย่างสง่างามผยอง

ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาร้านด้านซ้ายอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว บ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสถานที่สำคัญต่างๆทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่เช่น พระธาตุศรีสองรัก วัดป่าเนรมิตวิปัสสนา วัดโพธิ์ชัย และพิพิธภัณฑสถาน มีวัฒนธรรม และประเพณีบางอย่างที่ได้มีปฏิบัติสืบต่อกัน เช่น ประเพณีฮีตสิบสองคองสิบสี่ ประเพณีบุญหลวง ประเพณีสงกรานต์ รดน้ำดำหัว และงานประเพณีแห่ผีตาโขน เป็นต้น 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งบริการขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ร้านอาหารสถานเริงรมย์ต่างๆ โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีตำรวจ สถานบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ระบบคมนาคมขนส่ง สวัสดิการด้านการรักษาความปลอดภัยส่วนใหญ่มี เพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการเข้าถึง ระบบคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านเส้นทางการเดินทางส่วนใหญ่ปลอดภัย ไม่มีปัญหา ผลการศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลยทั้ง 3 ด้าน พบว่า 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ปัญหาด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาด้านที่พักราคาที่พักที่ควรมีความเหมาะสม ด้านร้านอาหาร ควรจะคำนึงถึงคุณภาพ ความสะอาด ถูกสุขลักษณะและราคาที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป ความสะอาดบริเวณที่พัก มีบริการที่จอดรถให้เพียงพอ และควรมีเวรยามดูแลรักษา ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก สินค้าบางอย่างเมื่อซื้อแล้วไม่สามารถทำการขนย้ายได้ และบางอย่างมีราคาสูงเกินไป ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ในด้านความสะอาดและความปลอดภัย ของการใช้ห้องน้ำ สาธารณะตามแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นปัญหา เช่น เส้นทางบางเส้นทางชำรุด เป็นหลุมเป็นบ่อ การปรับปรุงถนนใหม่ และถนนมีไหล่ทางค่อนข้างแคบ เส้นทางมีโค้งเยอะ และนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ยังคงสับสนเส้นทางในการเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวเพราะ ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลย ทั้ง 3 ด้าน พบว่า 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 1.1) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจัดทำหนังสือขอความร่วมมือจากหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น อบต. หมู่บ้านในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเพื่อให้จัดหาอาสาสมัครหมู่บ้านด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้ความแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว 1.2) หน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร่วมกับประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ร่วมกันสนับสนุนวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน พร้อมทั้งปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เพื่อเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2.1) ให้องค์การบริหารส่วนตำบลหมู่บ้าน จัดตั้งศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเบื้องต้นเพื่อให้คำแนะนำในด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 2.2) ให้องค์การบริหารส่วนตำบลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในหมู่บ้านจัดสถานที่ไว้คอยบริการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ เช่น ศาลาพักผ่อน ที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องสุขาที่เพียงพอ เพื่อเป็นจุดพักผ่อนและอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยวชมกิจกรรมงานประเพณี 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3.1) ให้องค์การบริหารส่วนตำบลในท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยกันในการปรับปรุงเส้นทางการเดินทางให้

มีความสะดวกและความปลอดภัยมากขึ้น อีกทั้งมีการจัดทำป้ายบอกระยะทางที่มองเห็นได้ชัดเจน และ
 เข้าใจง่าย 3.2) ในห้องปฏิบัติการบริหารส่วนตำบลในท้องถิ่นและประชาชนในชุมชนเป็นแกนนำสำคัญใน
 การจัดทำอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางเข้าถึงยังแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว

วันساد ศรีสุวรรณ (2553) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมี
 ส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี พบว่า วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปีมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม การละเล่นพื้นบ้าน
 ศาสนา พิธีกรรมและความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น
 และสภาพภูมิประเทศทางธรรมชาติแนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วม
 ของชุมชนลุ่มน้ำตาปี ประกอบด้วย 1) อนุรักษ์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกในการเป็น
 เจ้าของ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่ และความ
 ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยร่วมกันศึกษาค้นหาหาสิ่งที่ดีและมีประโยชน์
 เพื่อนำมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความมีอัตลักษณ์ไม่ตรีของชุมชน 3) มีการวางแผนรับผิดชอบ
 ร่วมกันในการดำเนินงานและการแบ่งปันผลประโยชน์ และ 4) จัดเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้าง
 พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทางท่องเที่ยว
 ด้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องน้ำ จุดชมวิว การสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว
 ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี
 เป็นการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการระดับตำบล ร่วมกันพัฒนา โดยเลือกตั้งจากสมาชิก
 ของชมรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจะประสบ
 ความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ 1) ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมมือ
 ดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง 2) ชุมชนต้องรักและหวงแหนวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมใน
 ท้องถิ่น 3) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของ
 แผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 4) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและรัฐบาลต้องมี
 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
 และ 5) ผู้มีส่วนร่วมในการจัดและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม
 โดยสรุป การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีเป็นการดำเนินงานที่เป็น
 ประโยชน์แก่ชุมชน ทั้งในแง่อาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนทั้งในชุมชนและนอกชุมชน ตลอดจนเป็น
 การสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนและเผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณีความงดงามของธรรมชาติ
 และภูมิปัญญาท้องถิ่น สมควรที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะร่วมมือให้การสนับสนุนให้การดำเนินงาน
 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

เอกสุธน สังข์เกษม (2552) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชน
 ของตำบลท่าหินอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า ชุมชนมีรูปแบบความร่วมมือในการจัดการ
 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยความร่วมมือของชุมชนของตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา
 3 รูปแบบด้วยกันคือ 1) การมีส่วนร่วมโดยธรรมชาติ 2) การมีส่วนร่วมโดยชักจูง และ 3) การมีส่วนร่วม
 โดยการสั่งการ ส่วนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีอยู่ด้วยกัน 2 โปรแกรมหลักๆ ในการจัดการ
 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้วิถีชีวิตโหนด-นา-เล มาเป็นโปรแกรมย่อยดังนี้ 1) โปรแกรมการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรม 1 วัน เข้าไปเย็นกลับ และ 2) โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2 วัน 1 คืน และ

การสื่อความหมายของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กำหนดโดยความร่วมมือของชุมชนแต่ละโปรแกรมมีการอธิบายถึงความเป็นวัฒนธรรมของชาวชุมชนทำหินได้เป็นอย่างดี

ภฤศสร ฤทธิมนตรี (2551) ได้ศึกษาการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จำเป็นและเหมาะสม ควรประกอบด้วย 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้มาตรฐานโดดเด่น และเป็นเมืองมรดกโลก 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ คือ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จิตใจ และการปลูกจิตสำนึก ควบคู่ไปกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ การพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2550) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม มีองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 ด้าน คือด้านสิ่งแวดล้อม ดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังมีจุดอ่อนที่สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ต้องการการปรับปรุงและสร้างให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการการมีส่วนร่วมทุกด้านอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ผลการศึกษาแนวทางการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมชุมชนนั้น จากการสนทนากลุ่มหรือการจัดเวทีชาวบ้านได้ร่วมกันวางแผนการจัดการไว้ คือ การจัดการด้านโครงสร้างองค์กรการท่องเที่ยว การจัดการบุคลากร การจัดระบบการดำเนินการ และการติดตามตรวจสอบการดำเนินการ

อรัญญา นนทราช (2550) ได้ศึกษาการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนแบบยั่งยืน ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ด้านต่าง ๆ มีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติใกล้เคียงได้แก่ ดอนป่าซีมีทรัพย์การป่าไม้ สัตว์ป่า และแหล่งอาหารของชุมชนอันอุดมสมบูรณ์ มีเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานโดยรอบเพื่อศึกษาธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูศรีฐาน มีอ่างเก็บน้ำและสถานที่กางเต็นท์และเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ภูผาผึ้ง มีถ้ำผ้ามืดแดง พบลายมือโบราณ จุดชมวิวดำเนินทางเดินเท้าและผลไม้ ดอกไม้ป่า นอกจากนั้นยังมี ภูน้อย และภูหินปูน มีความสำคัญรองลงมา ผลการศึกษาด้านวัฒนธรรมประเพณีและโบราณสถาน ได้แก่ วัดโพธิ์ชัย พบสมโบราณและเสมาโบราณ วัดศิลาอาสน์จิตรราชภัฏรังสรรค์ ซึ่งใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมและประเพณีของชาวผู้ไทที่สำคัญ ชาวหนองห้างยึดถือวัฒนธรรมประเพณีไทยตามธรรมเนียม อีต 12 อย่างเคร่งครัดวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่น ได้แก่ บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ บุญผะเหวด ผลการศึกษาด้านศิลปะการแสดงพื้นเมือง ได้แก่ ฟ้อนผู้ไท ฟ้อนละครและเซิ้งกะหย่ง ประเพณีการแต่งงานโดยมีพ่อล่ำแม่ล่ำ การจำหวน ที่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาวผู้ไท ผลการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่น พบว่าชุมชนหนองห้างมีเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เช่น แกงโคก แกงยอดบวบ เมี่ยงตะไคร้ อ่อมหวาย แกงเห็ดป่า และผักพื้นบ้านมากมาย ศักยภาพด้านหัตถกรรมพื้นเมือง มีการจักสานกระเตาะไม้ไผ่ลายขีดที่มีชื่อเสียงมากนอกจากนั้นยังมีผ้าฝ้ายทอมือที่ราคาไม่แพง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เช่น ผ้ามาน ผ้าบุโตะ ปลอกหมอน ผลการสร้าง

กลุ่มการทำงานด้านการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ คณะกรรมการ
 อำนวยการ คณะกรรมการดำเนินงาน และกลุ่มเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ 15 หลัง โดยมีรูปแบบ
 การท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ ไปเช้าเย็นกลับ และการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน โดยมีการทดลองเที่ยวแล้ว
 ประเมินโดยใช้แบบสอบถาม ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 7 ด้าน ผลการประเมินพบว่าอยู่ในระดับดีมาก
 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและ
 ด้านมูลค่าเพิ่ม อยู่ในระดับ ดี 1 ด้านคือ ด้านรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับต้องปรับปรุง 1 ด้านคือ
 การจัดการ ข้อเสนอแนะคือ ชุมชนควรมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว และพัฒนาบุคลากร
 ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและควรมีการบูรณาการอาหารท้องถิ่นและการแพทย์แผนไทย
 เพื่อพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Figini and Vini (2012) ได้ศึกษาศึกษานักท่องเที่ยวนอกฤดูกาลและการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ณ ริมินี ประเทศอิตาลี พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาท
 หลักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดความราบรื่นในการจัดการในฤดูกาลท่องเที่ยว
 และเพิ่มการลงทุนที่หลากหลายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อมรดกทางวัฒนธรรมของเมือง การท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการลดปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยว
 และวงจรชีวิตของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่ประสบความสำเร็จ
 ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเก่าแก่ มีความพร้อมเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ไม่มีการแข่งขันสูง
 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ 2) การลงทุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสนใจ
 2.1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นผู้มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง มีรายได้เฉลี่ยสูง 2.2) ไม่นิยมซื้อ
 ของที่เป็นสินค้าทั่วไป (Mass Product) สนใจแต่ของท้องถิ่น ที่มีคุณภาพดี (ร้านอาหาร ไวน์
 การช้อปปิ้ง) และการแสดงกิจกรรม (Shows, Concerts, Exhibitions) ซึ่งเป็นการกระจายรายได้
 สู่ชุมชนอย่างแท้จริง และ 2.3) เป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ

Ohridska-Olson and Ivanov (2010) ได้ศึกษารูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 และการประยุกต์ใช้ในประเทศบัลแกเรีย พบว่า การนำเสนอรูปแบบธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ เป็นการวิเคราะห์ในกรอบงานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์เป็นการรับรู้โดยทั่วไปว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ก็มีแตกต่าง
 จากหลักสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ถึงจะทำอย่างไรรูปแบบธุรกิจนี้
 ถึงจะสามารถประยุกต์สู่การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมสำหรับเมืองเล็กๆ และเมืองในบัลแกเรียเพื่อการใช้
 การสร้างสรรค์มรดกทางวัฒนธรรมอย่างเต็มศักยภาพ งานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นถึงว่าจะสร้างสรรค์
 การท่องเที่ยวอย่างไรให้เกิดความยั่งยืน และสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนเล็กๆ
 ในประเทศ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดหมายปลายทาง
 ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ผลงานวิจัยได้เสนอเป็นรูปแบบของ การพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์
 โดยกระตุ้นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ จากแหล่งข้างนอก และปรับปรุงเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดกำไร
 สูงสุดจากการท่องเที่ยว

Suosheng Wang, Naoko Yamada and Linda Brothers (2010) ได้ศึกษาการอภิปรายเกี่ยวกับปัจจัยและการเรียกร้องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตเมืองประเทศเกาหลีใต้ พบว่า การศึกษาด้วยวิธีการเชิงปริมาณและคุณภาพการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่าการเรียกร้องจะช่วยให้เกิด การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการขาดปัจจัยการพิจารณาเป็นพิเศษอาจจะเป็นเพราะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมากและที่ข้อบกพร่องปัจจัยหนึ่งในการตลาดได้อย่างง่ายดายสามารถมีผลต่อประสิทธิภาพของปัจจัยอื่น ๆ ทั้งหมด การเรียกร้องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในสถานที่การแข่งขันน้อยอาจจะมีข้องเกี่ยวกับปัญหาระดับประถมศึกษาเช่นการเป็นผู้นำภาครัฐ และเงินทุนมากกว่าปัจจัยสำคัญที่เน้นในรูปแบบเชิงทฤษฎี

Yang (2010) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวชาติพันธุ์และการเป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมศึกษาในพื้นที่จังหวัดยูนนาน ประเทศจีน พบว่า มี 4 กลุ่มที่เป็นหลักในการพัฒนา การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว ผู้จัดการพื้นที่ พนักงานในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชาติพันธุ์มีความสำคัญอย่างมากในเชิงวัฒนธรรมเพราะถือเป็น ตัวแทนของคนในพื้นที่ที่จะสื่อข้อมูลเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวได้รับทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆ การได้ชมการแสดง กิจกรรมหรือเทศกาลทางวัฒนธรรมที่ดีได้นั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการ ดังกล่าวประกอบด้วย รัฐบาลที่คอยกำกับดูแลการจัดการการท่องเที่ยวและพนักงานที่คอยดูแลในพื้นที่ โดยการจัดในรูปแบบพื้นที่สำหรับการศึกษาเฉพาะ การท่องเที่ยวจึงจะออกมาในรูปแบบที่ส่งผ่าน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

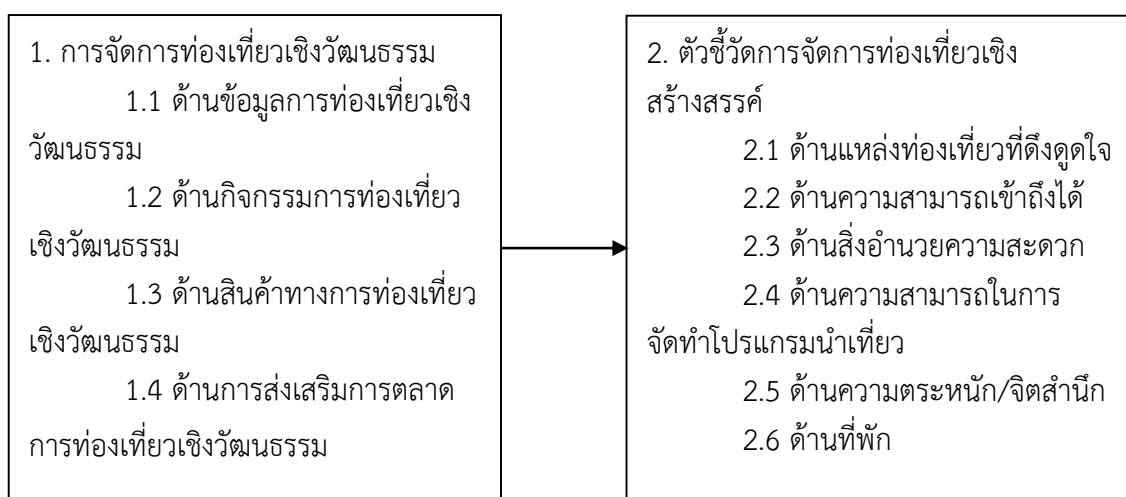
Richards and Wilson (2006) ได้ศึกษาการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในประสบการณ์ท่องเที่ยว: วิธีการสร้างใหม่แบบอนุกรมของวัฒนธรรม พบว่า ความเป็นวัฒนธรรมถูกนำมาใช้มากขึ้นจนกลายเป็นวิธีการของการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเต็มไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่มีเส้นทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นมากมาย อย่างไรก็ตามผู้บริโภคจำนวนมากพยายามที่จะเผชิญหน้ากับการนำวัฒนธรรมมาผลิตใหม่เพื่อที่จะสร้างวัฒนธรรมให้แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของการบริโภคทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์และการซื้อกิจการของทุนทางวัฒนธรรม ก่อนสมัยใหม่ จึงเป็นจุดยืนของสังคมสมัยใหม่ที่มีผลต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นทางเลือกเพื่อการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จะพิจารณาการพัฒนาพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบความคิดสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ที่เกิดจากมุมมองของอุปสงค์ และอุปทานและมีความจำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และวิธีการ ที่อยู่กับความท้าทายของการผลิตรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Xie (2004) ได้วิจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ไหหลำ ประเทศจีน จากการวิจัยพบว่าการไปเที่ยวที่ไหหลำ เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมประจำเผ่าที่สืบทอดต่อกันมาในขณะเดียวกันก็มีการพิจารณาว่ามีความเหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่ นักวิจัยได้ทำการวิจัยโดยแสดงให้เห็นว่า เกาะไหหลำเป็นสถานที่เปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรมอันเก่าแก่ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือการนำเอาวัฒนธรรมของชนเผ่าลี ในเกาะไหหลำ ประเทศจีน พัฒนาให้เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคนที่เข้ามามีบทบาทสำคัญคือ รัฐบาล นักลงทุนนักท่องเที่ยว และกลุ่มชนพื้นเมืองโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการพัฒนา ปี ค.ศ. 1989 เกี่ยวกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้า วิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ตัวการที่เก็บริกษาวัฒนธรรมควมมีเสรีภาพของชนเผ่า และ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่าง ๆ แม้ว่าวัฒนธรรมหลายอย่างค่อนข้างจะสมบูรณ์และสวยงาม มีเอกลักษณ์ แต่นักลงทุนบางคนมีความคิดเห็นขัดแย้งกับความตึงเครียดในกลุ่ม นักลงทุนเนื่องจากรัฐบาลสนใจเรื่องเสรีภาพของประชาชนมากกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ฝ่ายนักลงทุนเข้าใจในเจตนาของชนเผ่าผิดไปว่าพวกเขาต้องการงานและเงิน แต่พวกเขาต้องการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมของพวกเขามากกว่า งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ได้อยู่แล้วไม่ควรจะไปให้ใครประเมินค่าเพื่อทำให้เกิดความสนใจ อีกทั้งเกาะไหหลำนี้ ควรยึดความเป็นธรรมชาติและเอกลักษณ์ของตนเองไว้ไม่ควรยึดมาตรฐานพื้นฐานการพัฒนา

Yusuf และ Nabeshima (2005) ได้ศึกษาถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า กระบวนการเติบโตและที่มาของการเติบโตของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในประเทศที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูงพบว่ามีกรณีเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นเนื่องจากความแข็งแกร่งของการมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมในประเทศซึ่งไม่ได้เกิดจากการสะสมปัจจัยเหมือนในอดีต ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่า กิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะภาคบริการและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับความสำคัญจากกลุ่มประเทศที่มีเทคโนโลยีสูงหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับอิทธิพลและการสนับสนุนจากการริเริ่มของรัฐบาลและเอกชนจนนำไปสู่การเจริญเติบโตและการพัฒนาของประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจในการศึกษาโดยเฉพาะจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันและน่าสนใจในการพัฒนาบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป รวมทั้งกรอบแนวคิดที่ได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดทำในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเรียกว่า การศึกษาแบบผสมผสานวิธี (Mix Method) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างครบถ้วน มีลำดับขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ การศึกษาเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มตัวอย่าง (ผู้ให้ข้อมูลหลัก)
- 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อตรวจสอบความตรงของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล
- 6) การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยระยะที่ 1

เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ/หลักเป็นผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย

1.1 ผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นผู้ควบคุมดูแลรับผิดชอบในการดำเนินงานโดยตรงของธุรกิจที่มีประสบการณ์ จำนวน 10 คน

1.2 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ จำนวน 5 คน

1.3 เจ้าหน้าที่รัฐ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์จำนวน 5 คน โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเลือกสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview Question) ที่ยืดหยุ่นในการใช้คำพูด และส่วนผสมของโครงสร้างปรับลดหรือเพิ่มได้ และเป็นเครื่องมือผ่านการตรวจและให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว

2.1 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

2.1.1 วิธีการควบคุมคุณภาพเครื่องมือ ใช้การตรวจสอบแบบรอบทิศทางของ Denzin (1978) ทั้งจากนักวิชาการ ทฤษฎีและแนวคิด การใช้แหล่งข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และใช้ระเบียบวิธีที่หลากหลาย

2.1.2 ผู้วิจัยนำร่างแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในเชิงเนื้อหาให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเบื้องต้น

2.1.3 จากนั้นผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ตามที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

2.1.4 ผู้วิจัยทดลองสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลนำร่องก่อนจำนวน 3-5 คน และนำมาแก้ไขปรับปรุงก่อนนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์โดยจะเริ่มต้นด้วยคำถามกว้างๆ 1-2 คำถาม จากนั้นคำถามอื่นจะเกิดขึ้นตามบริบทของคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นถึงกระบวนการที่สนใจจะศึกษา และใช้การบันทึกภาคสนาม (Field-Note) และบันทึกช่วยจำ (Memos)

3.1 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1 ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ด้วยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียง โดยการขออนุญาต

และความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรตามแบบให้ความยินยอมในการให้สัมภาษณ์ ก่อนทำการบันทึกเสียงหากได้รับอนุญาต เพื่อนำมาใช้กระบวนการตรวจสอบและตรวจทาน ความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้

3.1.2 ผู้วิจัยติดต่อขอเข้าเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามวันเวลาที่ได้นัดหมายจะเปิด โอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะได้อย่างหลากหลายในทุกแง่มุม

3.1.3 ผู้วิจัยสามารถที่จะดำเนินการสัมภาษณ์ และสามารถที่จะสอบถาม ติดตามและ สอบถามข้อมูลและข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดที่สำคัญและมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นของคำตอบ จากผู้ให้ข้อมูล ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ และข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติที่มี ความหลากหลาย ที่มีทั้งมิติของความรู้สึกและมิติของความกว้างในเรื่องที่ดำเนินกระบวนการวิจัย

3.1.4 นำผลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และดำเนินการวิเคราะห์ ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักทีละท่าน จากนั้นจึงสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2 การจัดการข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกมาใช้ใน กระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจาก การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ จะได้ดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 ผู้วิจัยจะเริ่มจากการพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) หรือแบบแผนหลัก (Major Pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.2 จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major Themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็น ประเด็นย่อย (Sub-Themes) และหัวข้อย่อย (Categories) ก่อนเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ตาม แนวคิดของ Saldana (2009) โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อย ของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.3 การอิ่มตัวของข้อมูล (Saturation) นำข้อมูลที่ได้จัดประเภทแล้วในบันทึก ภาคสนามมาตรวจสอบอีกครั้งและทบทวนอีกครั้งว่าเก็บรวบรวมข้อมูลมาครบประเด็นคำถาม หรือเกิด ประเด็นใหม่ๆหรือไม่ (Point of Redundancy) หรือเกิดสภาวะข้อมูลอิ่มตัว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Data Analysis in Qualitative Research) เนื่องจากในการวิจัยเชิงคุณภาพขั้นตอนส่วนใหญ่มีความซับซ้อนและนุ่มลึก เพราะยุทธศาสตร์การเก็บ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพมีความคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการเรียนรู้จาก การปฏิบัติงาน หรือจากสิ่งที่พบเห็นเป็นประจำในชีวิตการทำงาน เพื่อตรวจสอบจุดร่วมจุดต่าง และ ตัวแปรต่างๆ (Commonalities and Variations) เพื่อนำมาสร้างฐานข้อมูลในการดำเนินการวิจัย เชิงคุณภาพ เพื่อสร้างข้อค้นพบที่เกิดจากการเปลี่ยนรูปข้อมูลดิบไปสู่ความรู้ใหม่ นักวิจัยเชิงคุณภาพ จำเป็นต้องมีส่วนร่วมอย่างมากในกระบวนการวิเคราะห์ในทุกช่วงของการวิจัยทั้งทำความเข้าใจ กระบวนการที่มีความสำคัญ การอ่าน และการตีความข้อมูลที่มีในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการ วิเคราะห์ข้อมูลของ Saldana (2009)

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำเสนอออกมาเพื่อสรุปผล ดีความ เพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

การวิจัยระยะที่ 2

เพื่อการตรวจสอบความตรงของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อประกอบการวิเคราะห์ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน จึงกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อตามแนวทาง ดังต่อไปนี้

1.1 ประชากร (Population)

การศึกษานี้เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การศึกษานี้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเปิดตารางของ Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) จำแนกจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามจังหวัด
- 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามสัดส่วน
- 3) การแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของนักท่องเที่ยวอย่างเท่ากัน
- 4) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 3) โดยวิธีการเจาะจง

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลำดับ	จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	รวม
1	จังหวัดหนองคาย	2,517,345	65	65	130
2	จังหวัดบึงกาฬ	537,127	14	14	28
3	จังหวัดเลย	1,933,122	49	49	98
4	จังหวัดมุกดาหาร	1,850,495	47	47	94
5	จังหวัดนครพนม	982,620	25	25	50
รวม		7,820,709	200	200	400

ที่มา : (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 1.1 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 1.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตัวแปรตาม

2. ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- 2.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ
- 2.2 ด้านความสามารถเข้าถึงได้
- 2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.4 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว
- 2.5 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก
- 2.6 ด้านที่พัก

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การวิจัย และคำถามวิจัยเป็นฐาน (Baseline) จากนั้นทำการสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยกเป็นร่างแบบสอบถามเพื่อนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอคำแนะนำ และผู้วิจัยนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

เกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปรความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือหลายประเภททั้งเครื่องมือเชิงปริมาณและการตรวจสอบเอกสารเพื่อให้เหมาะสมกับการตอบคำถามการวิจัยและตอบตามวัตถุประสงค์ โดยลำดับการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) ค้นหาข้อมูลปฐมภูมิ โดยการศึกษาเอกสารและแบบสัมภาษณ์ข้อมูลผู้บริหารและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) สร้างแบบสอบถาม สำหรับสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งมีประเด็นสอบถาม ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) จำนวน 11 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ประเภทของนักท่องเที่ยว ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกี่ครั้ง ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดใดบ้าง ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ และสิ่งที่ท่านประทับใจในการมาเยือนจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นแบบ
มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale : Likert Five Rating Scales) เนื้อหาครอบคลุม

- 1) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 3) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็น
แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale : Likert Five Rating Scales) เนื้อหาครอบคลุม

- 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ
- 2) ด้านความสามารถเข้าถึงได้
- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 4) ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว
- 5) ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก
- 6) ด้านที่พัก

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดง
ความคิดเห็นอย่างอิสระ

3) ดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาที่เกี่ยวข้อง
เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective
congruence: IOC) และหาค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α : Alpha
coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่ง กำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ 0.05

ขั้นตอนของการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2
ขั้นตอนคือ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และ การตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยมีรายละเอียด
ดังนี้

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัย
นำแบบสอบถามที่พัฒนาจากแนวคิด ทฤษฎี และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
บนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เสนอต่อ
ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบเบื้องต้นในด้านเนื้อหาสาระ ความชัดเจน
ของภาษา ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยวิธีการแสดงค่าดัชนี
ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence: IOC)
โดยผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ และประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ ดังตารางที่ 3.2

ตาราง 3.2 ค่าคะแนนการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC)

ค่าคะแนน	ความหมาย
+1	สอดคล้องกับข้อคำถาม
0	ไม่แน่ใจ
-1	ไม่สอดคล้อง

จากนั้นผู้วิจัยนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ โดยนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

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

$$IOC = \sum R/N$$

เมื่อ IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N = ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยผู้วิจัยพิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง (สุวิมล ติรภานนท์, 2556) ผลจากการวิเคราะห์ข้อคำถามแต่ละข้อพบว่า มีข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) มีข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง สูงกว่า 0.50

2) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาไปทดลองใช้ในภาคสนาม (Try Out) จำนวน 40 ชุด กับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคกลาง จากนั้น นำผลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha (α : Alpha coefficient) ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้ มีความเชื่อมั่นในระดับสูง สามารถนำไปเก็บแบบสอบถามได้ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาค่า ความเชื่อมั่น (Reliability) และค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้เพื่อแสดงค่าเชื่อมั่นในระดับที่สูงและมีความน่าเชื่อถือ

3) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α : Alpha coefficient) ตามวิธีของ Cronbach การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยแบบทดสอบค่าคะแนนที่ได้อาจจะเป็นค่าอะไรก็ได้ที่มีค่ามากกว่า 1 สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้ (สมนึก ภัททิยธนี, 2546)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ

α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

N คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของแบบทดสอบรายข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3.1 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวคิดในการกำหนดข้อคำถามความคิดเห็นในแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2) วิเคราะห์แนวคิดและนำมาร่างโครงสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

3) สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ภายใต้วัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย ที่กำหนดขึ้นให้ครอบคลุมทุกประเด็น

4) ทหาความสอดคล้องโดยนำเสนอแบบร่างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบแก้ไขเนื้อหา ภาษาและสำนวนที่ใช้ตลอดจนความถูกต้องเหมาะสม และนำไปปรับปรุงแก้ไข

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข และตรวจหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity)

6) เมื่อมีการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย หลังจากนั้นนำคำตอบมาวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบมีปัญหาเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามหรือไม่ หลังจากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) การวัดผลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 4.1) ผู้วิจัยสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.2) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยคณะผู้วิจัย
- 4.3) นำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

5.1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปแบบของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) เพื่ออธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

5.2) ใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

6. การนำเสนอข้อมูล

6.1) การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ประเภทของนักท่องเที่ยว ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกี่ครั้ง ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดใดบ้าง ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ และสิ่งที่ท่านประทับใจในการมาเยือนจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด

6.2) การนำเสนอข้อมูลใน ส่วนที่ 2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale : Likert Five Rating Scales) เนื้อหาครอบคลุม

6.2.1) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.2.2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.2.3) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.2.4) ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.3) การนำเสนอข้อมูลใน ส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale : Likert Five Rating Scales) เนื้อหาครอบคลุม

6.3.1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ

6.3.2) ด้านความสามารถเข้าถึงได้

6.3.3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

6.3.4) ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว

6.3.5) ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก

6.3.6) ด้านที่พัก

6.4) การนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive Analysis) นำเสนอข้อมูลค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.5) การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยใช้วิธีวิเคราะห์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) นำเสนอในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

6.6) การนำเสนอข้อมูลใน ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำเสนอเพื่อสรุปผลตีความ เสริมผลการวิจัยเชิงคุณภาพตามแบบแผนการวิจัยเชิงอธิบายตามลำดับเวลา และการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อร่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ และนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษาขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อสร้างรูปแบบและกรอบแนวคิดในงานวิจัยจากนั้นเริ่มต้นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้จึงอิงงานวิจัยเชิงคุณภาพและทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.1 ผลการศึกษาขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 ราย ซึ่งผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview Question) ที่ยืดหยุ่นในการใช้คำพูดและส่วนผสมของโครงสร้างปรับลดหรือเพิ่มได้ ประเด็นที่สัมภาษณ์ มีดังต่อไปนี้ สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และประเด็นที่สำคัญภายในกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรม

นำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก โดยค้นหาสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา (Category) จากนั้นนำมาสังเคราะห์เชิงระบบ (Systematic synthesis) เพื่อหาประเด็นร่วมหรือประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหา โดยสรุปผลขั้นตอนการวิจัยในระยะที่ 1 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลสรุปการสัมภาษณ์

ประเด็นที่สัมภาษณ์	ผลสรุปการสัมภาษณ์
การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	<p>1. สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันมีความสำคัญในการผสมผสานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มคุณค่า/มูลค่าสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังสามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยมาใช้สร้างสรรค์ทั้งการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาและการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ บนพื้นฐานของความเป็นไทยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ที่สำคัญของเศรษฐกิจและสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ประเด็นที่สัมภาษณ์	ผลสรุปการสัมภาษณ์
<p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p>	<p>2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีรายละเอียดดังนี้</p> <p>2.1 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p> <p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้การจัดการข้อมูลอย่างบูรณาการที่สามารถเผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวหรือคนทั่วไปผ่านรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากที่เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว</p> <p>2.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p> <p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังจำเป็นต้องมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นและน่าสนใจที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้นๆ มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมได้อย่างมีความสุขและได้รับความสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น</p> <p>2.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p> <p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะด้านสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ต้องมีการผสมผสานเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่ระลึก ที่สามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น</p> <p>2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</p> <p>การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกระบวนการทางการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว คนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการให้ข้อมูลซักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ประเด็นที่สัมภาษณ์	ผลสรุปการสัมภาษณ์
<p>ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>3. ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนนั้น ประกอบด้วยมีรายละเอียดดังนี้</p> <p>3.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ</p> <p>ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ เป็นตัวชี้วัดที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม</p> <p>3.2 ด้านความสามารถเข้าถึงได้</p> <p>ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความสามารถเข้าถึงได้ เป็นการวางระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย</p> <p>3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการสร้างสิ่งต่างๆ ที่รองรับการท่องเที่ยวเพื่อทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ประกอบด้วยสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ที่พักแรม คมนาคมและการขนส่ง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ประเด็นที่สัมภาษณ์	ผลสรุปการสัมภาษณ์
ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	<p>3.4 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็ว รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่จะเดินทางไป เพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว</p> <p>3.5 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก เป็นกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยววัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น</p> <p>3.6 ด้านที่พัก ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านที่พัก เป็นสถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยที่เหมาะสมและเอกลักษณ์กับแหล่งท่องเที่ยว หรือท้องถิ่นนั้นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี</p>

ตารางที่ 4.1 พบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประสบความสำเร็จได้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิดกระบวนการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการดำเนินงานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก

ภายหลังจากการดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญ ดังแสดงในตาราง 4.1 ผลสรุปการสัมภาษณ์ ซึ่งแสดงถึงสภาพการณ์ปัจจุบันและความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ประกอบกับความรู้เชิงทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าวรวมถึงการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียด และเขียนบรรยายเชิงพรรณนาและตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผล แล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลระดับลึกที่ได้มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยหลังจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ดังในภาพที่ 4.1 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดสมมติฐานและข้อคำถามในแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วจึงดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ต่อไป

4.2 ผลการศึกษาขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้จึงอิงงานวิจัยเชิงคุณภาพและทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ซึ่งแสดงถึงสภาพการณ์และความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ประกอบกับความรู้เชิงทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียด และเขียนบรรยายเชิงพรรณนาและตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผล แล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลระดับลึกที่ได้มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดชื่อกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ องค์ประกอบตัวแปร (Variable) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และตัวบ่งชี้ (Indicator) ทั้งหมดเป็นมาตรวัดอันตรภาคชั้น

4.2.1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) และการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminantion Power) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้วัดค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งถ้าพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006) แสดงว่ามาตรวัดของแบบสอบถามแต่ละปัจจัย มีความเชื่อถือได้และมีความสอดคล้องภายในของการวัด ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.897 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.817 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.824 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.859 ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.823 ด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.912 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.905 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.895 และด้านที่พัก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.920 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่ามาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัยมีความน่าเชื่อถือได้ และมีความสอดคล้องภายในของการวัด

2) การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminantion Power)

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminantion Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งถ้าพบว่า ค่าอำนาจจำแนก (r) ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.4000 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่ามาตรวัดของแบบสอบถามแต่ละข้อ มีความเชื่อถือได้และมีความสอดคล้องภายในของการวัด ซึ่งผลการวิเคราะห์ ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.538-0.679 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.465-0.712 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.422-0.653 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.504-0.734 ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.414-0.639 ด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.426-0.660 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าอำนาจ

จำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.534-0.698 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.446-0.702 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.534-0.731 และด้านที่พัก มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.469-0.759 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายชื่อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.400 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่ามาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัยมีความน่าเชื่อถือได้และมีความสอดคล้องภายในของการวัด

ทั้งนี้ เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์กลุ่มตัวแปร และองค์ประกอบตัวแปรที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ F-Distribution
t	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนรวมเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees Freedom)
p - value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIFs	แทน	ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Variance Inflation Factors)
Adj R2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Constant)
SX	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม
X1	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
X2	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
X3	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
X4	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

SY	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม
Y1	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ
Y2	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้
Y3	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
Y4	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว
Y5	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก
Y6	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก

4.2.3 ลำดับชั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณในการสร้างสมการพยากรณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	149	37.25
1.2 หญิง	251	62.75
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	123	30.75
2.2 30 - 40 ปี	160	40.00
2.3 41 - 50 ปี	67	16.75
2.4 มากกว่า 50 ปี	50	12.50
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	197	49.25
3.2 สมรส	173	43.25
3.3 หม้าย / หย่าร้าง	30	7.50
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	176	44.00
3.2 ปริญญาตรี	185	46.25
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยว จังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน		
6.1 น้อยกว่า 20,000 บาท	157	39.25
6.2 20,000 - 40,000 บาท	127	31.75
6.3 40,001 - 60,000 บาท	65	16.25
6.4 มากกว่า 60,000 บาท	51	12.75
รวม	400	100.00
7. ประเภทของนักท่องเที่ยว		
7.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย	200	50.00
7.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	200	50.00
รวม	400	100.00
8. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือกี่ครั้ง		
8.1 ครั้งแรก	98	24.50
8.2 2 ครั้ง	143	35.75
8.3 3 ครั้ง	118	29.50
8.4 มากกว่า 3 ครั้ง	41	10.25
รวม	400	100.00
9. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดใดบ้าง (เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)		
9.1 เลย	198	18.71
9.2 มุกดาหาร	246	23.25
9.3 นครพนม	170	16.07
9.4 บึงกาฬ	177	16.73
9.5 หนองคาย	267	25.24
รวม	1,058	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
10. ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
10.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	297	24.55
10.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	241	19.92
10.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	103	8.51
10.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	122	10.08
10.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	134	11.07
10.6 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	146	12.07
10.7 การท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน	167	13.80
10.8 อื่นๆ	0	0.00
รวม	1,210	100.00
11. สิ่งที่ท่านประทับใจในการมาเยือนจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด		
11.1 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม	67	16.75
11.2 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	41	10.25
11.3 วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	38	9.50
11.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่น	24	6.00
11.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	29	7.25
11.6 ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น	14	3.50
11.7 สถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก	37	9.25
11.8 อาหารพื้นถิ่น	33	8.25
11.9 แหล่งจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึก	32	8.00
11.10 อัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	85	21.25
11.11 อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.75) อายุ 30 - 40 ปี (ร้อยละ 40.00) รองลงมา น้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 30.75) สถานภาพโสด (ร้อยละ 49.25) รองลงมา สมรส (ร้อยละ 43.25) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 46.25) รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 44.00) ประสบการณ์การทำงาน 3 - 5 ปี (ร้อยละ 38.75) รองลงมา

น้อยกว่า 3 ปี (ร้อยละ 31.50) รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน น้อยกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 39.25) รองลงมา 20,000 - 40,000 บาท (ร้อยละ 31.75) ประเภทของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 50.00) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ร้อยละ 50.00) ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 ครั้ง (ร้อยละ 35.75) รองลงมา 3 ครั้ง (ร้อยละ 29.50) ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัด หนองคาย (ร้อยละ 25.24) รองลงมา มุกดาหาร (ร้อยละ 23.25) ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ร้อยละ 24.55) รองลงมา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ร้อยละ 19.92) และอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 21.25) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม (ร้อยละ 16.75)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.33	0.72	มาก
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.29	0.79	มาก
3. ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.40	0.68	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.28	0.75	มาก
ภาพรวม	4.33	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.33 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.28

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ ท้องถิ่น	4.34	0.67	มาก
2. รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของ แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว หรือ One Stop Service	4.46	0.74	มาก
3. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นใน รูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ	4.24	0.69	มาก
4. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ	4.29	0.78	มาก
5. รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัท นำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service	4.31	0.72	มาก
ภาพรวม	4.33	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่ง
ท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.66
รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์
ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อ
สินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.31
รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ
Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ
แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.24

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว	4.27	0.78	มาก
2. รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมืองโดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น	4.22	0.79	มาก
3. รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น	4.34	0.86	มาก
4. รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว	4.37	0.80	มาก
5. รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.25	0.73	มาก
ภาพรวม	4.29	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.37 รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.27 รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.22

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็น อัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก	4.41	0.64	มาก
2. รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความ พอใจ	4.46	0.68	มาก
3. รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้ หลากหลายมีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี	4.39	0.61	มาก
4. รูปแบบเครื่องบูชา ตามความศรัทธาทางพุทธ ศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ	4.32	0.71	มาก
5. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคา เหมาะสมและสามารถซื้อได้สะดวก	4.43	0.74	มาก
ภาพรวม	4.40	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 โดย
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น
เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้
ตามความพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.46 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสมและ
สามารถซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.43 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อ
เป็นสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายมีบรรจุ
ภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.39 และรูปแบบเครื่องบูชา ตามความศรัทธาทางพุทธ
ศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ มีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.33	0.74	มาก
2. การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด	4.37	0.78	มาก
3. รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.23	0.72	มาก
4. รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สี่ประจำจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี	4.28	0.70	มาก
5. มีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก	4.19	0.81	มาก
ภาพรวม	4.28	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.37 รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.33 รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สี่ประจำจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.28 รูปแบบ

การส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.23 และมีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน และมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์		\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	4.23	0.82	มาก
2.	ด้านความสามารถเข้าถึงได้	4.09	0.77	มาก
3.	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.22	0.79	มาก
4.	ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว	4.01	0.82	มาก
5.	ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก	3.99	0.78	มาก
6.	ด้านที่พัก	4.13	0.72	มาก
ภาพรวม		4.11	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม	4.22	0.81	มาก
2. จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี	4.20	0.83	มาก
3. จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ	4.34	0.77	มาก
4. จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี	4.16	0.86	มาก
ภาพรวม	4.23	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ มีค่าเฉลี่ย 4.34 จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.22 จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.16

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความสามารถเข้าถึงได้	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย	4.11	0.75	มาก
2. เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี	4.05	0.71	มาก
3. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน	3.95	0.78	มาก
4. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก	4.23	0.82	มาก
ภาพรวม	4.09	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.23 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.11 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.05 และบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.95

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย	4.26	0.78	มาก
2. เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี	4.09	0.82	มาก
3. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน	4.18	0.84	มาก
4. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก	4.33	0.72	มาก
ภาพรวม	4.22	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.33 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.26 บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.09

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา
เที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว	3.98	0.87	มาก
2. มีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาแนะนำเสนอเป็นโปรแกรม นำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถปกป้องถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี	3.94	0.89	มาก
3. มีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา	4.05	0.74	มาก
4. มีความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.08	0.76	มาก
ภาพรวม	4.01	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาแนะนำเสนอเป็นโปรแกรม นำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถปกป้องถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.94

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น	3.91	0.79	มาก
2. มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม	4.13	0.74	มาก
3. มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.06	0.76	มาก
4. มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	3.87	0.83	มาก
ภาพรวม	3.99	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.91 และมีกระบวนการให้ ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.87

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านที่พัก	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น	4.17	0.68	มาก
2. มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม	4.09	0.73	มาก
3. มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.03	0.76	มาก
4. มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.24	0.70	มาก
ภาพรวม	4.13	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.09 และมีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.03

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.31	0.78	มาก
2.	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.38	0.72	มาก
3.	ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.28	0.75	มาก
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.20	0.77	มาก
ภาพรวม		4.29	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.28 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น	4.28	0.70	มาก
2. รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service	4.34	0.73	มาก
3. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ	4.30	0.86	มาก
4. รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ	4.20	0.82	มาก
5. รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service	4.41	0.77	มาก
ภาพรวม	4.31	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.30 รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.28 และรูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว	4.44	0.65	มาก
2. รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น	4.36	0.69	มาก
3. รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น	4.41	0.72	มาก
4. รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว	4.32	0.76	มาก
5. รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.39	0.79	มาก
ภาพรวม	4.38	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.44 รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.39 รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.36 และรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก	4.27	0.74	มาก
2. รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความพอใจ	4.31	0.76	มาก
3. รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้ หลากหลายมีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี	4.38	0.72	มาก
4. รูปแบบเครื่องบูชา ตามความศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ	4.26	0.81	มาก
5. รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสมและสามารถซื้อได้สะดวก	4.18	0.73	มาก
ภาพรวม	4.28	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้ หลากหลายมีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.38 รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.31 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.27 รูปแบบเครื่องบูชา ตามความศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ มีค่าเฉลี่ย 4.26 และรูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสมและสามารถซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.18

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.19	0.82	มาก
2. การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด	4.08	0.77	มาก
3. รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.15	0.73	มาก
4. รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สี่ประจําจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี	4.24	0.80	มาก
5. มีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก	4.32	0.72	มาก
ภาพรวม	4.20	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.32 รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สี่ประจําจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.24 รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.19 รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทิน

การท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.15 และ การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาด โบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.08

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดน ไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	4.17	0.70	มาก
2. ด้านความสามารถเข้าถึงได้	3.98	0.73	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	0.73	มาก
4. ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว	4.27	0.74	มาก
5. ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก	4.11	0.73	มาก
6. ด้านที่พัก	4.23	0.80	มาก
ภาพรวม	4.15	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าเฉลี่ย 4.11 และด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม	4.12	0.69	มาก
2. จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี	4.17	0.64	มาก
3. จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ	4.05	0.75	มาก
4. จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี	4.32	0.73	มาก
ภาพรวม	4.17	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.32 จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.17 จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.12 และจังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ มีค่าเฉลี่ย 4.05

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความสามารถเข้าถึงได้	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความ สะดวกสบาย	3.89	0.78	มาก
2. เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยง ถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี	3.94	0.73	มาก
3. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน	4.06	0.70	มาก
4. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก	4.01	0.72	มาก
ภาพรวม	3.98	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.06 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.94 และการเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย	4.13	0.77	มาก
2. เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี	4.10	0.75	มาก
3. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน	4.25	0.73	มาก
4. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก	3.99	0.67	มาก
ภาพรวม	4.12	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.25 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.10 และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว	4.36	0.72	มาก
2. มีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมานำเสนอเป็นโปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถปกป้องถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี	4.29	0.68	มาก
3. มีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา	4.16	0.75	มาก
4. มีความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.25	0.79	มาก
ภาพรวม	4.27	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมานำเสนอเป็นโปรแกรม นำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถปกป้องถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.25 และมีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.16

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยววัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น	4.11	0.76	มาก
2. มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม	4.16	0.71	มาก
3. มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความ ภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.09	0.73	มาก
4. มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.07	0.70	มาก
ภาพรวม	4.11	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีค่าเฉลี่ย มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.09 และ มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.07

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านที่พัก	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละ ท้องถิ่น	4.17	0.83	มาก
2. มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม	4.19	0.78	มาก
3. มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความ ภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.24	0.76	มาก
4. มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.31	0.81	มาก
ภาพรวม	4.23	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.19 และมีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.17

การทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองในการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หลังจากผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่ามีความถูกต้องตามข้อกำหนดในการใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุในการนำมาทดสอบสมมติฐานได้ถูกต้องตามหลักวิชาการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยสร้างจากกรอบแนวคิดในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการกำหนดชื่อตัวแปร ดังนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (SX) ประกอบด้วย ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Y1) ด้านความสามารถเข้าถึงได้ (Y2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Y3) ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว (Y4) ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก (Y5) ด้านที่พัก (Y6)

การทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองการวิเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสามารถวัดได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ดังนี้ ขนาดของความสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ได้มีหลายระดับ ในการตีความจึงต้องใช้ค่าบรรยายเพื่อสื่อความหมายให้ตรงกัน โดยใช้เกณฑ์ของ Davis (1971) จำแนกระดับความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

กรณีความสัมพันธ์เชิงบวก (ความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.70 หรือสูงกว่า	มีความสัมพันธ์สูงมาก
	0.50 ถึง 0.69	มีความสัมพันธ์สูง
	0.30 ถึง 0.49	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
	0.10 ถึง 0.29	มีความสัมพันธ์ต่ำ
	0.01 ถึง 0.09	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์

กรณีความสัมพันธ์เชิงลบ (ความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกัน)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	-0.70 หรือสูงกว่า	มีความสัมพันธ์สูงมาก
	-0.50 ถึง -0.69	มีความสัมพันธ์สูง
	-0.30 ถึง -0.49	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
	-0.10 ถึง -0.29	มีความสัมพันธ์ต่ำ
	-0.01 ถึง -0.09	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สรุปได้ดังนี้

1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (SX) ประกอบด้วย ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) กับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.27

การทดสอบสมมติฐานแบบจำลองการวิเคราะห์ที่ 1

$$SY = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 X4$$

ผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองการวิเคราะห์ที่ 1 ในการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	SY	Tolerance	VIF
X1	1.000	0.508*	0.275*	0.500*	0.504*	0.647	1.546
X2		1.000	0.467*	0.466*	0.524*	0.616	1.622
X3			1.000	0.521*	0.491*	0.658	1.520
X4				1.000	0.559*	0.581	1.720
SY					1.000		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร จึงได้มีการวิเคราะห์ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.581 - 0.658 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ต้องมากกว่า 0.1 ส่วนค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.520 - 1.720 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าทุกตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) มีค่า $r = 0.524$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) มีค่า $r = 0.559$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ค่าสถิติที่ได้จากการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

Model	R	R ²	R ² _{adj}	SE _{est}	F
1	0.559 ^a	0.312	0.311	0.344	180.834*
2	0.633 ^b	0.401	0.398	0.322	58.713*
3	0.654 ^c	0.428	0.423	0.315	18.491*
4	0.675 ^d	0.456	0.451	0.307	20.699*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

a. Predictors: (Constant), X4

b. Predictors: (Constant), X4, X2

c. Predictors: (Constant), X4, X2, X1

d. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน เพื่อพยากรณ์ตัวแปรการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) และตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) สามารถอธิบายได้ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.312 ($R^2 = 0.312$, $p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้ร้อยละ 31.20

รูปแบบที่ 2 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.401 ($R^2 = 0.401$, $p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้ร้อยละ 40.10

รูปแบบที่ 3 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) และด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.428 ($R^2 = 0.428$, $p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) และด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้ร้อยละ 42.80

รูปแบบที่ 4 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.456 ($R^2 = 0.456$, $p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) ได้ร้อยละ 45.60

ตารางที่ 4.29 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์อิทธิพลการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับ
ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน
(Stepwise Multiple Regression Analysis)

Predictors	Unstandardized Beta (b)	S.E.	Standardized Beta (β)	t-value	Partial
(Constant)	1.560	0.134		11.628*	
X4	0.181	0.036	0.247	5.067*	0.247
X2	0.134	0.032	0.198	4.200*	0.207
X1	0.146	0.030	0.223	4.828*	0.236
X3	0.156	0.034	0.208	4.550*	0.223

N = 400, R = 0.675 R² = 0.456, Adjusted R² = 0.451, SE_{est} = 0.307, F = 20.699*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์พบว่า ตัวแปรอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางส่วน (Partial) ระหว่างตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) เท่ากับ 0.247, 0.207, 0.236, และ 0.223 ตามลำดับ และสามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตาม ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.181, 0.134, 0.146, และ 0.156 ตามลำดับ ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.247, 0.198, 0.223 และ 0.208 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.675 มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.456 และมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ ร้อยละ 45.60 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.307 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 1.560

การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) หรือสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) ส่งผลต่อตัวแปรเกณฑ์ในทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) จึงสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

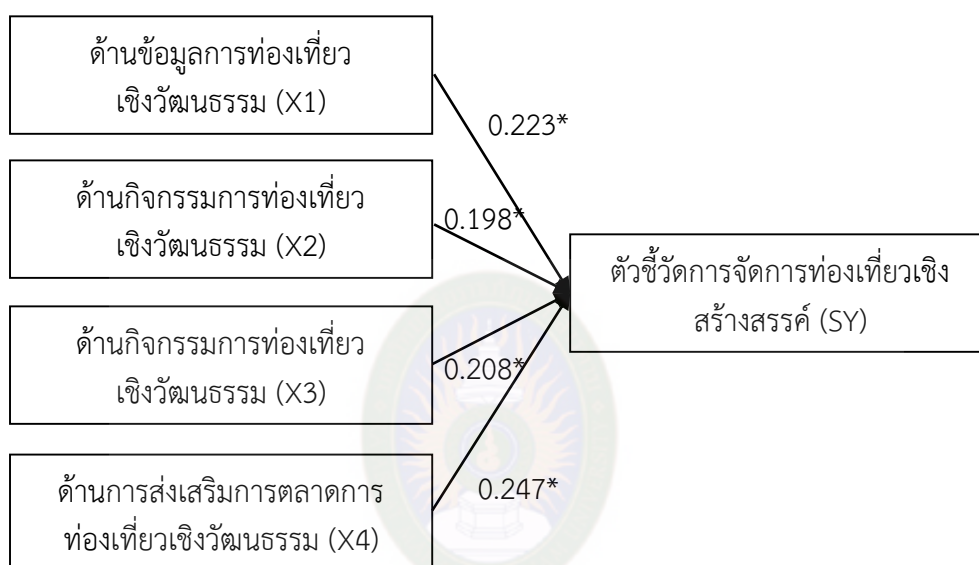
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.560 + 0.181X_4 + 0.134X_2 + 0.146X_1 + 0.156X_3$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.247X_4 + 0.198X_2 + 0.223X_1 + 0.208X_3$$

และนำผลการวิจัยมาเขียนสรุปเป็นแผนภาพแสดงตามกรอบแนวคิด ดังแสดงในภาพที่ 4.1 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สรุปผล

การวิจัย เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.75) อายุ 30 - 40 ปี (ร้อยละ 40.00) รองลงมา น้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 30.75) สถานภาพโสด (ร้อยละ 49.25) รองลงมา สมรส (ร้อยละ 43.25) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 46.25) รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 44.00) ประสบการณ์การทำงาน 3 - 5 ปี (ร้อยละ 38.75) รองลงมา น้อยกว่า 3 ปี (ร้อยละ 31.50) รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน น้อยกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 39.25) รองลงมา 20,000 - 40,000 บาท (ร้อยละ 31.75) ประเภทของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 50.00) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ร้อยละ 50.00) ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 ครั้ง (ร้อยละ 35.75) รองลงมา 3 ครั้ง (ร้อยละ 29.50) ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดหนองคาย (ร้อยละ 25.24) รองลงมา มุกดาหาร

(ร้อยละ 23.25) ท่านสนใจการท่องเที่ยวลักษณะใดเป็นพิเศษ คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ร้อยละ 24.55) รองลงมา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ร้อยละ 19.92) และอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 21.25) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม (ร้อยละ 16.75)

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.33 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.28

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.66 รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พักร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่น ที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.31 รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่น ในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.24

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.37 รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือและประเพณีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.27 รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.25 และรูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.22

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.46 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสมและสามารถซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.43 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายมีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.39 และรูปแบบเครื่องบูชาตามความศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ มีค่าเฉลี่ย 4.32

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.37 รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.33 รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการใช้สื่อประจำจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.28 รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.23 และมีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.19

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าเฉลี่ย 3.99

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำ มีค่าเฉลี่ย 4.34 จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.22 จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชูการท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.16

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.23 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.11 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.05 และบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.95

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.33 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์ / การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.26 บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.09

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมานำเสนอเป็นโปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.94

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.91 และมีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.87

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.09 และมีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.03

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.28 และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.20

นักท่องเที่ยชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและแหล่งซื้อสินค้าในท้องถิ่นที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือ One Stop Service มีค่าเฉลี่ย 4.34 รูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีในท้องถิ่นในรูปแบบคู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.30 รูปแบบข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.28 และรูปแบบข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในท้องถิ่นในรูปแบบ คู่มือ แผ่นพับ หรือ Website เฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.20

นักท่องเที่ยชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบการแสดงทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความสุขโดยประสาทสัมผัสต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.44 รูปแบบมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือ และประเพณีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.41 รูปแบบการท่องเที่ยวมีจุดเด่นและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.39 รูปแบบความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมือง โดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.36 และรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้อย่างต่อเนื่องและมีความสะดวกในการเดินทางไปเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.32

นักท่องเที่ยชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปแบบอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายมีบรรจุภัณฑ์โดดเด่น และรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.38 รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น เส้นทางธรรมมะ เส้นทางชาติพันธุ์ เส้นทางลายผ้า และสามารถใช้เวลาอยู่กับกิจกรรมนั้นได้ ตามความพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.31 รูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.27 รูปแบบเครื่องบูชาตามความศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น พระเครื่อง รูปภาพพระอริยะสงฆ์ กรอบพระ มีค่าเฉลี่ย 4.26 และรูปแบบสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีราคาเหมาะสมและสามารถซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.18

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการ ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 โดยเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีสถานที่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยบริการเพื่อ อำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.32 รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการใช้สื่อประจำจังหวัดแทนความรู้สึก และการรับรู้ ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทาง วัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.24 รูปแบบการสื่อถึงภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดผ่านแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย Facebook ในแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ราชการ ที่สามารถ มองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.19 รูปแบบการส่งเสริมให้มีการบรรจุกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.15 และการส่งเสริมจัดงาน/กิจกรรมพิเศษในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแสดง แสง สี เสียง และตลาดโบราณจำลอง เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.08

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสามารถใน การจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก มีค่าเฉลี่ย 4.11 และด้านความสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ย 3.98

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่ง ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จังหวัดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์เป็นตัวชู การท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.32 จังหวัดมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ย 4.17 จังหวัดมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ จังหวัดมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้นำจดจำ มีค่าเฉลี่ย 4.05

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้าน ความสามารถเข้าถึงได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหา น้อย ดังนี้ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.06 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึง กันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.94 และการเข้าถึงโดยทางรถยนต์/ การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.89

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.25 การเข้าถึงโดยทางรถยนต์/การจราจรมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 เส้นทางบริการของรถโดยสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้และยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.10 และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการเดินทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.99

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวและมีความน่าสนใจในแต่ละโปรแกรมนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมานำเสนอเป็นโปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ความเป็นจังหวัดได้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงโปรแกรมท่องเที่ยวและมีการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.25 และมีโปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสมด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.16

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีค่าเฉลี่ย มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.09 และมีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.07

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีกระบวนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.19 และมีกระบวนการสร้างความตระหนักต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.17

4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X2) ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X1) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X3) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางส่วน (Partial) ระหว่างตัวแปรตามตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) เท่ากับ 0.247, 0.207, 0.236, และ 0.223 ตามลำดับ และสามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตาม ตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.181, 0.134, 0.146, และ 0.156 ตามลำดับ ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.247, 0.198, 0.223 และ 0.208 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.675 มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.456 และมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ ร้อยละ 45.60 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.307 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 1.560

การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) หรือสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) ส่งผลต่อตัวแปรเกณฑ์ในทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) จึงสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.560 + 0.181X4 + 0.134X2 + 0.146X1 + 0.156X3$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.247X4 + 0.198X2 + 0.223X1 + 0.208X3$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวินิชา พานิชย์ (2557) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในองค์ประกอบด้านการมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สวยงามและสร้างสรรค์ ด้านความสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่โดดเด่น ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือและประเพณีในท้องถิ่น ด้านความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมืองโดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่นรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน รวมทั้งอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายบรรจุกุณธ์ นอกจากนี้ ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดสกลนครมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ สามารถชูภาพลักษณ์จังหวัดสกลนครได้อย่างชัดเจน และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดีรวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ บุญวัฒน์ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าจะจังหวัดเชียงรายมีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวแบบทั่วไป (Conventional Destination) ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบชมธรรมชาติและการท่องเที่ยวชมเมือง (Sightseeing Tour) มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tour) สำหรับการรับรู้ด้านอื่นๆ พบว่าอภิศัยไมตรีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งนี้นักท่องเที่ยวรับรู้ (ประทับใจ) มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพและการให้บริการ ตามมาด้วยการรับรู้และประทับใจในด้านความหลากหลายและความร่ำรวยทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของจังหวัดเชียงรายรองจากปัจจัยด้านธรรมชาติ ข้อค้นพบที่น่าสนใจอีกประการคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักเช่น เพื่อนหรือญาติเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในส่วนของเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่ได้รับหลังการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังด้านต่างๆ จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ 1) ความคาดหวังมากที่สุดได้แก่ความคาดหวังที่จะได้ชื่นชมศิลปะและหัตถกรรม 2) ความคาดหวังระดับมาก ประกอบด้วย ความคาดหวังที่จะได้ชื่นชมวิถีชีวิตแบบล้านนา ความคาดหวังในการได้ลิ้มรสอาหารท้องถิ่น ความคาดหวังในการได้สัมผัสวิถีชีวิต ชนเผ่าและความคาดหวังในการมีโอกาสได้ศึกษาและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม และ 3) ความคาดหวังระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ความคาดหวังในการได้สัมผัสงานเทศกาลและกิจกรรมท้องถิ่นในด้านการได้รับการตอบสนองหรือประสบการณ์ที่ได้รับจริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของภยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (2555) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย พบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ด้านที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญครอง ชอบชาย (2555) ได้ศึกษาปรากฏการณ์ขอม : แนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ประวัติความเป็นมาของปรากฏการณ์ขอมในพื้นที่ศึกษาได้รับอิทธิพลทางความเชื่อศาสนาพราหมณ์และพุทธมหายาน ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีกับปราสาทแห่งอื่นในภาคอีสาน ปรากฏว่าได้อิทธิพลทางลัทธิศาสนา และรูปแบบศิลปะแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 15 - 16 แบบปาปวน ได้แก่ กู่กาสิงห์ กู่โพนวิท และกู่พระโกนา ส่วนอีกสองแห่งสร้างราวพุทธศตวรรษที่ 18 ได้แก่ กู่โพนระฆัง และปรากฏกู่ธวัชบุรี เป็นแบบอโรคยาศาลต่อมาเมื่อมีผู้คนอพยพจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงได้เข้ามาตั้งถิ่นบริเวณโบราณสถานมีการปรับตัวในการดำเนินชีวิต ตามคติความเชื่อให้เข้ากับโบราณสถานที่มีอยู่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสภาพปัจจุบันและปัญหาของปรากฏการณ์ขอมในพื้นที่ศึกษา ปรากฏว่าได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยว ทางเข้าสะดวก แต่เมื่อเข้าไปใกล้บริเวณปราสาทถนนส่วนใหญ่ชำรุด และขาดป้ายประชาสัมพันธ์ ตัวปราสาทและส่วนประกอบอื่นชำรุด มีการบูรณะเพียงบางส่วน นอกจากนี้ยังมีวัชพืชขึ้นรกรงรัง กิจกรรมที่เกิดขึ้น ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ ที่พักและร้านอาหารราคายังไม่ได้มาตรฐาน บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งยังขาดการพัฒนาด้านความรู้ ความสามารถ ไม่มีศักยภาพเพียงพอเพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร แนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ควรต้องมีการพัฒนาด้านสถานที่คือ โบราณสถาน ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ ถนนหนทาง ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่พักแบบโฮมสเตย์ การปรับปรุงร้านอาหารสินค้า และการพัฒนาบุคลากรสำหรับรองรับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการพัฒนาในอนาคต ปรากฏการณ์ขอมเป็นทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่า ดังนั้นควรมีการดูแลฟื้นฟู ให้พร้อมต่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นอื่นได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสาธิตา แสนคำ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ความพึงพอใจต่อสภาพการท่องเที่ยวที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความคิดเห็นต่อปัญหาการท่องเที่ยวที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องการให้มีการพัฒนา คือ ควรมีการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการจัดกิจกรรมที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมีสภาพที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดเมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมีปัญหาที่จะต้องแก้ไขและพัฒนา คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยและไม่ต่อเนื่อง ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดร้อยเอ็ด ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

3. ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิรันธิดิณีโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้าง หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรม การสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ การศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริษัทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Richards and Wilson (2006) ได้ศึกษาการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในประสบการณ์ท่องเที่ยว: วิธีการสร้างใหม่แบบอนุกรมของวัฒนธรรม พบว่า ความเป็นวัฒนธรรมถูกนำมาใช้มากขึ้นจนกลายเป็นวิธีการของการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเต็มไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่มีเส้นทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นมากมาย อย่างไรก็ตามผู้บริโภคจำนวนมากพยายามที่จะเผชิญหน้ากับการนำวัฒนธรรมมาผลิตใหม่ เพื่อที่จะสร้างวัฒนธรรมให้แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของการบริโภคทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์และการซื้อกิจการของทุนทางวัฒนธรรม ก่อนสมัยใหม่ จึงเป็นจุดยืนของสังคมสมัยใหม่ที่มีผลต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นทางเลือกเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จะพิจารณาการพัฒนาพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบความคิดสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ที่เกิดจากมุมมองของอุปสงค์ และอุปทานและมีความจำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และวิธีการ ที่อยู่กับความท้าทายของการผลิตรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ohridska-Olson and Ivanov (2010) ได้ศึกษารูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการประยุกต์ใช้ในประเทศบัลแกเรีย พบว่า การนำเสนอรูปแบบธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิเคราะห์ในกรอบงานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการรับรู้โดยทั่วไปว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ก็มี ความแตกต่างจากหลักสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ถึงจะทำอย่างไรรูปแบบธุรกิจนี้ถึงจะสามารถประยุกต์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับเมืองเล็กๆ และเมืองในบัลแกเรียเพื่อการใช้การสร้างสรรค้มรดกทางวัฒนธรรมอย่างเต็มศักยภาพ งานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นถึงว่าจะสร้างสรรค์การท่องเที่ยวอย่างไรให้เกิดความยั่งยืน และสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนเล็กๆ ในประเทศ และการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์นับเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ผลงานวิจัยได้เสนอเป็นรูปแบบของ การพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ โดยกระตุ้นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ จากแหล่งข้างนอก และปรับปรุงเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดกำไรสูงสุดจากการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผู้บริหาร ควรมุ่งมั่นในการวางแผนพัฒนาอย่างชัดเจน นำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการบูรณาการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 องค์กรเอกชนและธุรกิจของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผู้บริหาร ต้องมีการวางแผนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร

1.3 องค์กรภาคประชาชน ทั้งระดับชุมชน หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กรของตนทั้งในภาพของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบท่อการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไป ประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นนอกจากนักท่องเที่ยว เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บริษัท นำเที่ยว มัคคุเทศน์ และโรงแรม เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลและความคิดเห็นที่สามารถนำไปใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัย ผลกระทบของตัวแปรแทรกอื่นๆ ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ เช่น วัฒนธรรม ค่านิยม อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ เป็นต้น



รายงานการวิจัย
เรื่อง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative
Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North
Eastern of Thailand

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อัจฉรพร เฉลิมชิต
ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์
พรวดี รักษาศรี
ปิยะวรรณ ยางคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561)



รายงานการวิจัย
เรื่อง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด
ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative
Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North
Eastern of Thailand

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อัจฉรพร เฉลิมชิต
ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์
พรวดี รักษาศรี
ปิยะวรรณ ยางคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ และควบคุมคุณภาพงานวิจัย ให้คำแนะนำและความรู้อันมีค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย และงานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีคุณธรรม ซึ่งผู้วิจัยจะนำความรู้ความสามารถไปพัฒนาในการปฏิบัติหน้าที่การงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป

คณะผู้วิจัย

2562



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย	การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้ดำเนินการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรพร เฉลิมชิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรวิดี รักษาศรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยะวรรณ ยางคำ
หน่วยงาน	หลักสูตรการจัดการ หลักสูตรการบัญชี และหลักสูตรรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปี พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 10 คน นักวิชาการ 5 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ 5 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.524$ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.559$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.247$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม

Research Title	Cultural Tourism Management Strategy Based on Creative Economy of Provinces Along Thai-Laos border in the North Eastern of Thailand
Researcher	Assistant Professor Dr.Auscharaporn Chalermchit Assistant Professor Thiraphat Loiwirat Assistant Professor Pornwadee Ruksasri Assistant Professor Piyawan Yangkham
Organization	Program in Management, Accounting, Political Rajabhat Maha Sarakham University
Year	2562

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) create a model cultural tourism management strategy based on creative economy of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand. 2) to test of cultural tourism management on creative tourism indicator of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand. Qualitative research is collecting data from 10 tourism industry operators, 5 academician, and 5 government officer. Quantitative research is collecting data from 200 Thai tourist and 200 Foreign tourist of provinces along Thai-Laos border in the North eastern of Thailand and a set of questionnaires was the research tool. Statistics used for data analysis were stepwise multiple regression analysis. The results revealed the following finding; 1) Information obtained from in-depth interviews to consist of cultural tourism management include cultural tourism data, cultural tourism activity, cultural tourism product, and cultural tourism promotion and creative tourism indicator include attractive tourist attraction, accessibility, facilities, the ability to create a tour program, awareness / consciousness, and accommodation. 2) cultural tourism management in the aspect of cultural tourism data ($r = 0.504$), cultural tourism activity ($r = 0.524$), cultural tourism product ($r = 0.491$), and cultural tourism promotion ($r = 0.559$) had a positive correlation on creative tourism indicator overall. 2) cultural tourism management in the aspect of cultural tourism data ($\beta = 0.223$), cultural tourism activity ($\beta = 0.198$), cultural tourism product ($\beta = 0.208$), and cultural tourism promotion ($\beta = 0.247$) had a positive effect on creative tourism indicator overall.

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ.....	ก
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
	สารบัญ.....	ง
	สารบัญตาราง.....	ฉ
	สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	5
	สมมติฐานการวิจัย.....	5
	ขอบเขตการวิจัย	5
	วิธีการศึกษา.....	7
	นิยามศัพท์เฉพาะ	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	11
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	37
	แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	51
	บริบทจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	69
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	96
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	110
	การวิจัยระยะที่ 1	110
	กลุ่มตัวอย่าง.....	111
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	111
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	111
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	112
	การวิจัยระยะที่ 2.....	113
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	113
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	114

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	115
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	118
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	118
การนำเสนอข้อมูล.....	118
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	120
ผลการศึกษาระดับต้นของการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชัยแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	120
ผลการศึกษาระดับต้นของการวิจัยระยะที่ 2 เพื่อตรวจสอบความตรงของทาง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดชัยแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ	125
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	162
สรุปผล	162
อภิปรายผล	169
ข้อเสนอแนะ	173
บรรณานุกรม.....	174
บรรณานุกรมภาษาไทย.....	174
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	178
ภาคผนวก.....	180
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์.....	181
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	185
ภาคผนวก ค ภาพประกอบในการวิจัย	193
ประวัติผู้วิจัย.....	199

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รายชื่อจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 8 เขต.....	29
2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559	70
2.3 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรายจังหวัด ปี 2557-2559	71
2.4 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ อารยธรรมและงานประเพณี.....	80
3.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	114
3.2 ค่าคะแนนการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์ (IOC).....	116
4.1 ผลสรุปการสัมภาษณ์.....	121
4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	129
4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	132
4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	133
4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	134
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	135
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริม การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	136
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวม และเป็นรายด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	137
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	138

ตารางที่	หน้า
4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	150
4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	151
4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	152
4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	153
4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	154
4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	155
4.27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัด การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	157
4.28 ค่าสถิติที่ได้จากการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	158
4.29 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์อิทธิพลการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับตัวชี้วัด การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	160

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่แสดงเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เมืองต้องห้าม...พลาดและเมืองชายแดน	28
2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	109
4.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	161



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY