

**รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ด้วยเครือข่ายธุรกิจเซรามิก: กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง***
**Development of a Creative Economy with a Ceramic Network:
A Case Study of Lamphang**

¹ปราโมทย์ ยอดแก้ว และ วรัญญภรณ์ ศรีสุวรรณคณ

¹Pramote Yotkaew and Waranyaporn Srisawannon

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

¹Faculty of Management Science, Suan Dusit University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: pramote_yotkaew@yahoo.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่ายเซรามิก ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) แก้ปัญหา อุปสรรค และกำหนดการสร้างความร่วมมือของธุรกิจเซรามิกกับภาคสังคม และภาครัฐ และ3) พัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเซรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ใช้วิธีผสมการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด และการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากแหล่งท่องเที่ยว 3 พื้นที่ โดยการสนทนากลุ่ม จำนวน 22 คน สัมมนาปฏิบัติการ จำนวน 35 คน และเสวนาพัฒนาการ จำนวน 40 คน และการบูรณาการรูปแบบในพื้นที่ การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพรรณนา การวิเคราะห์เนื้อหา และการตีความ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) ความพร้อมของชุมชนด้วยทรัพยากรวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งชุมชนต้องมีวัตถุประสงค์การวางแผนที่ชัดเจนในการจัดการท่องเที่ยว 2) ผู้นำและทีมงานในเครือข่ายชุมชนต้องมีวิสัยทัศน์สร้างสรรค์ มีอัยยาศัยดี มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว และ 3) เครือข่ายความรู้ ความไว้วางใจ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาครัฐต้องส่งเสริมปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการรวมกันยาก และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นคือขาดการประชาสัมพันธ์ ในการพัฒนารูปแบบต้องเน้นการพัฒนาคน ให้เป็นผู้ให้บริการที่ดีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ต้องบูรณาการกิจกรรมให้สัมพันธ์กันเป็นระบบ โดยจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งเสริมกิจกรรมการเล่าเรื่องเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และเชื่อมโยงเครือข่ายสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว; เศรษฐกิจสร้างสรรค์; เครือข่ายธุรกิจเซรามิก



Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to study the casual factors influencing the participation, benefit recognition, and the cooperation of ceramic network in a sustainable tourism industry; 2) to solve problems and determine the cooperation of ceramic business with social and government sectors; and 3) to develop a model of tourism and the creative economy with a ceramic business network. The study used a mixed-methods research approach in which the quantitative data were collected from 400 persons divided into 2 groups: tourists and those engaged in the tourism industry. The qualitative data were collected from the following methods: in-depth interviews with community leaders, villagers, entrepreneurs, and stakeholders from 3 tourist attractions; focus group discussion with 22 persons; workshop with 35 persons; and dialogue with 40 persons. Descriptive statistics, content analysis, and interpretation were used to analyze the acquired data.

From the study, it has been discovered that the important factors in building network for the development of tourism and creative economy include: 1) the community's readiness with resources on cultures, traditions, and way of life, as well as the promotion of local tourism, for which the community must have clear tourist management planning objectives; 2) leaders and teams in community networks must be innovative, friendly, and informed about tourism; and 3) knowledge, trust, and cooperation between the public and private sectors are required among networks. The absence of public relations is a problem seen in tourist attractions. In building a model, people's development must be emphasized, and they must be encouraged to be competent service providers. The promotion of creative learning tourism must integrate activities in a systematic manner by providing facilities as well as storytelling activity for creative learning and connecting with networks of important tourist attractions.

Keywords: Tourism; Creative Economy; Ceramic Business Network

บทนำ

การสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า สามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ ในด้านการผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการสื่อสาร สร้างความบันเทิง ให้กับอุตสาหกรรม ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Gazette, 2015) ซึ่งกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 เพื่อคัดเลือก 10 เมืองในจังหวัดต่างๆ



ทั่วประเทศ เป็นต้นแบบของการบริหารจัดการเมืองที่ดี ทำให้เกิดการพัฒนาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เป็นตามหลักเกณฑ์ ด้านศักยภาพ ทุนปัญญา ทุนวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และแหล่งท่องเที่ยว หรือสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นกับจุดขายที่ชัดเจน จนเป็นที่ยอมรับ และมีโอกาสทางการตลาด สามารถทำการพัฒนาต่อยอด ในระบบการบริหารจัดการและการวางแผนการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้เกิดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่ชัดเจน รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน เครือข่าย องค์กร ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ภาคประชาชน ภาคการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้อง จากแผนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (2555-2559) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมผู้ประกอบการ บุคลากร ระบบเงินทุน การวิจัยและพัฒนา การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน เครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างบรรยากาศ สภาพที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Office of the National Economic and Social Development Board, 2011) จนเกิดการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ปรับพื้นที่สาธารณะในรูปแบบต่างๆ การจัดกิจกรรมงานแสดงสินค้า และกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเป็นเวทีในการแสดงออกของนักคิด นักสร้างสรรค์ ซึ่งจังหวัดลำปาง เป็นหนึ่งในสิบเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ลำปางเป็นศูนย์กลางเครือข่ายการผลิต การค้าเชรามิก และการบริการธุรกิจเชรามิกของประเทศไทยและเปิดตลาดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Komutsakun, 2014)

จังหวัดลำปาง เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชรามิก ซึ่งได้มีหน่วยงานศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเชรามิก จังหวัด ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจเชรามิก และพัฒนาบุคลากรในด้านการตกแต่งผลิตภัณฑ์เชรามิก ส่งเสริมด้านเทคนิคการตกแต่งลวดลายรูปแบบเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และธุรกิจการผลิตนั่งปรับตัวเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ทัศนศึกษา อย่างแนวคิดการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์เชรามิกธนบดี ซึ่งเป็นจุดขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาศึกษาเมืองลำปางในฐานะเมืองเชรามิก เพื่อหวังทำการตลาดท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หรือส่งเสริมการขายสินค้า ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจบริการที่เชื่อมโยงและสามารถกระจายรายได้ไปยังชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่ายที่มีความสำคัญ ตัวอย่างรัฐบาลฮ่องกงได้จัดทำโครงการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในเขตศิลปะและวัฒนธรรม เกาลูนตะวันตก ประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับศิลปะการแสดง แกลอรี พิพิธภัณฑ์ และร้านค้าต่างๆ ซึ่งสถานที่ดังกล่าวถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ ที่นอกเหนือจากการขายสินค้าสร้างสรรค์ (Office of the National Economic and Social Development Board, 2011)

ปัญหาการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในสังคมไทยพบว่า การรวมตัวกันของภาคเอกชนมีความกระจัดกระจายในแต่ละอุตสาหกรรมทั้งระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่น ซึ่งการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ ในลักษณะการดำเนินธุรกิจทางการค้ายังไม่เชื่อมโยงกัน ในลักษณะที่เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูล เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนากิจกรรมร่วมกัน (Thedchai, 2009) จากที่กล่าวมาธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจเชรามิกยังไม่ขับเคลื่อนสร้างสรรค์ให้เกิดการเพิ่มมูลค่า เพราะขาดการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทีมผู้วิจัยเห็นความจำเป็นในการวิจัยโครงการ รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยเครือข่ายธุรกิจเชรามิก: กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางมรดกวัฒนธรรม และศิลปะตามภูมิ



ปัญหา จึงควรค้นหาสิ่งที่เป็นปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน และขจัดปัญหาอุปสรรคในการสร้างความร่วมมือของเครือข่าย และพัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเซรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น จากเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความร่วมมือ สร้างมูลค่าจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น โดยชาวบ้านในสังคมชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเครือข่าย และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเซรามิกเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างสันติสุข

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่ายเซรามิก ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อแก้ปัญหา อุปสรรค และกำหนดการสร้างความร่วมมือของธุรกิจเซรามิกกับภาคสังคม และภาครัฐ
3. เพื่อพัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเซรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย เครือข่ายธุรกิจเซรามิก: กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) (Yothin, 2015) การวิจัยมีการศึกษาเอกสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ช่องทางการท่องเที่ยว ค้นคว้าหนังสือที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลงานตีพิมพ์ รวมทั้งจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านเซรามิก เครือข่าย การพัฒนาด้านธุรกิจเซรามิก นำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้กับกระบวนการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นนี้มีกระบวนการดังนี้

- 1) ประชากร ผู้ให้ข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวที่เที่ยวหรือเลือกซื้อเซรามิก และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือผู้นำภาคธุรกิจ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก วิสาหกิจชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ในพื้นที่อุตสาหกรรมเซรามิก และข้าราชการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีหน้าที่ในด้านการปกครองส่งเสริมการท่องเที่ยว

- 2) เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ที่ผ่านการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ในทบทวนวรรณกรรม และวิเคราะห์เชิงเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดย มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยโดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ (Subject Matter Specialists) จะใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Consistency: IOC) แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ ได้นำไปทำการทดสอบ (Try Out) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในอำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอน



บาท (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.985 ได้ผลสรุปว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ (มากกว่า 0.80)

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับ 2 กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยว กับกลุ่มผู้บริหาร ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจเซรามิก และภาคสังคม ซึ่งกำหนดแจกแบบสอบถามกลุ่มละ 200 คน รวม 2 กลุ่ม 400 คน ได้รับแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

4) การวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้อธิบายผลการวิจัยด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ขั้นนี้มีกระบวนการดังนี้

1) ผู้ให้ข้อมูลหลักเลือกตัวอย่างเฉพาะผู้รู้ในประเด็นสำคัญ (Key Informant) เป็นผู้นำหรือผู้ที่กลุ่มให้การยอมรับจากกลุ่มศักยภาพชุมชน ในจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ภาคผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจเซรามิก ภาคสังคม และภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

2) การรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) การเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิกและการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ภาครัฐ (ศูนย์ศิลปาชีพบ้านแม่ต๋ำ) ภาคเอกชน (บริษัทพิพิธภัณฑ์เซรามิคธนบดี) และภาคชุมชน (บ้านศาลาบัวบก) ส่วนการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การเลือกผู้ร่วมสนทนาแบบเจาะจง ที่พร้อมร่วมแสดงความคิดเห็น จากผู้บริหาร ผู้นำ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้วยความเต็มใจ จำนวน 22 คน และการจัดเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติ จำนวน 35 คน มีการบันทึกข้อมูลรวมกิจกรรมในพื้นที่ และการสังเกต

3) การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูลหลายๆ วิธี พิจารณาความสอดคล้องถึงความถูกต้อง ตรงกันจริง

4) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการจำแนกและแบ่งประเภทข้อมูล ตามลักษณะของเนื้อหา ตามกลุ่มและลักษณะงาน เพื่อทำการจัดหมวดหมู่ และการวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลให้ได้ข้อสรุปเนื้อหา และประเด็นสำคัญที่สามารถนำไปดำเนินการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 3 บุรณาการเพื่อนำไปสู่การพัฒนา โดยเลือกหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนบ้านศาลาบัวบก อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง จากความพร้อมในการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ขั้นนี้มีกระบวนการที่นำไปสู่การพัฒนา ดังนี้

1) นำข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยเครือข่ายธุรกิจเซรามิก ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยคำนึงถึงบริบท (Context) สภาพแวดล้อม และการตีความ (Interpretation) ให้ได้ข้อสรุป เพื่อนำมาบูรณาการเชื่อมโยงหรือผูกเรื่อง เป็นรูปแบบการพัฒนาสร้างสรรค์ ทำให้ได้บทสรุปจากการศึกษา

2) การจัดเวที กิจกรรมสานเสวนา แสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยจัดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ตามความสมัครใจท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม 40 คน เพื่อให้ข้อมูลพัฒนา

รูปแบบสร้างการเรียนรู้ และกำหนดสร้างรูปแบบเครือข่ายเซรามิกสร้างสรรค์ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการวิเคราะห์เนื้อหา และการการตีความรูปแบบการพัฒนาแบบเครือข่ายธุรกิจเซรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) ทำการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยจัดประชุมปรับความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น จากผู้นำหมู่บ้านและคณะกรรมการการท่องเที่ยวหมู่บ้านศาลาบัวบก มีผู้เข้าร่วม 15 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา และตีความสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาแบบการพัฒนาแบบเครือข่ายธุรกิจเซรามิกสร้างสรรค์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมแสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ให้สมบูรณ์

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่ายเซรามิก ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในปัจจัยที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การปฏิบัติ การสร้างประสบการณ์ ภาพรวมทั้ง 8 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบุคลากรในการให้บริการ ($\bar{X}=4.41$, S.D.=0.72) รองลงมาเป็นด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึง ($\bar{X}=4.31$, S.D.=0.59) กับด้านภาพลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.31$, S.D.=0.69) ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญน้อยสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.83$, S.D.=0.76) พิจารณาตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยรวม

(n=200 คน)

ปัจจัยในการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ปัจจัยการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ปฏิบัติ ในการสร้างประสบการณ์)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	สำคัญลำดับที่
1. ด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึง	4.31	0.59	มากที่สุด	2
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.28	0.68	มากที่สุด	3
3. ด้านราคา สินค้าและบริการ	4.08	0.62	มาก	4
4. ด้านช่องทางการให้บริการท่องเที่ยว	4.08	0.69	มาก	4
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83	0.76	มาก	6
6. ด้านกระบวนการ	3.86	0.71	มาก	5
7. ด้านบุคลากรในการให้บริการ	4.41	0.72	มากที่สุด	1
8. ด้านภาพลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม	4.31	0.69	มากที่สุด	2
รวม	4.15	0.56	มาก	

จากตารางที่ 1. ปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรก เรื่องที่สำคัญอันดับที่ 1 คือ การมีอัยาศัยประสบการณ์ที่ดีของมัคคุเทศก์นำเที่ยว มีความเป็นมิตรมีน้ำใจและอัยาศัยดีของคนในท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่/บุคลากร

มีประสบการณ์ บรรยายให้ข้อมูล อันดับที่ 2 คือ การคมนาคมเข้าถึงได้สะดวก มีป้าย/สัญลักษณ์ต่างๆ ง่าย ชัดเจน เหมาะสม และต้องการเห็นวิถีชีวิตและบรรยากาศที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำกับที่อื่น กับ ความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความมีเอกลักษณ์ของคนในชุมชนกับ ความน่าสนใจของกิจกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมคนในท้องถิ่น และอันดับที่ 3 คือ สถานที่พักผ่อนมีความสะอาด และปลอดภัย มีห้องน้ำ สุขา สะอาด และเพียงพอ และความพอเพียงของสถานที่พัก สถานที่จอดรถกับร้านอาหาร สำหรับบริการการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การปฏิบัติ ในการสร้างประสบการณ์

ส่วนข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและธุรกิจเสริมพบ ว่า ปัจจัยการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) ให้ความสำคัญในปัจจัยการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม 5 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X}=4.14$, $S.D.=0.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพร้อมของสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.24$, $S.D.=0.65$) รองลงมาคือ ด้านผู้นำ และทีมงานในชุมชนเครือข่าย ($\bar{X}=4.20$, $S.D.=0.68$) และด้านลำดับสำคัญต่ำสุด คือด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน ($\bar{X}=4.06$, $S.D.=0.61$) พิจารณาตามตารางที่ 2.

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญในปัจจัยการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม (n=200 คน)

ปัจจัยการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	สำคัญ ลำดับที่
1. ด้านความพร้อมของสังคม	4.24	0.65	มากที่สุด	1
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	4.07	0.65	มาก	4
3. ด้านผู้นำ และทีมงานในชุมชนเครือข่าย	4.20	0.68	มาก	2
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	4.06	0.61	มาก	5
5. ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่าย	4.13	0.71	มาก	3
รวม	4.14	0.59	มาก	

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ในการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า เรื่องที่สำคัญอันดับที่ 1 คือ สถานที่ มีทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ส่งเสริมท่องเที่ยวในท้องถิ่น ชุมชนมีการจัดการวางแผนท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันดับ 2 คือ ด้านผู้นำและทีมงานในชุมชนเครือข่าย เรื่องที่สำคัญคือ คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กับ ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ ประสานงาน และการใช้ประโยชน์ผู้นำมีความรับผิดชอบ เป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ ผู้นำมีจิตใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม และอันดับที่ 3



คือ มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกันและให้เกียรติกันและกัน การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน ในเรื่องการสร้างเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความร่วมมือของเครือข่ายชุมชน ที่ต้องมีการเชื่อมโยงร่วมมือช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้เข้มแข็ง ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย ต้องทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่คุณค่าใหม่ในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย ต้องมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการกิจการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัญหา อุปสรรค และกำหนดการสร้างความร่วมมือของธุรกิจเชรามิกกับภาคสังคมและภาครัฐ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า

1) กลุ่มนักท่องเที่ยว มีปัญหาหรืออุปสรรค เรื่องการประชาสัมพันธ์ ที่ขาดข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลกิจกรรมที่น่าสนใจ และความไม่ต่อเนื่องของโครงการในการท่องเที่ยว รวมถึงความสร้างสรรค์ เรียนรู้ของกิจกรรม ความยากในการเดินทางเข้าไปที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะว่าควรเพิ่มจุดเด่นการท่องเที่ยวที่ชัดเจน, เน้น กิจกรรมสำคัญที่ให้นักค้ามีส่วนร่วม เกิดคุณค่าที่ประทับใจ โดยเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าแต่ราคาไม่สูงเกินไป และเน้นการประชาสัมพันธ์ กับเปิดตลาดในเชิงท่องเที่ยวกับพื้นที่ใกล้เคียง

2) กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง มีปัญหาหรืออุปสรรค เรื่องการรวมตัวของชุมชนจะทำได้ยาก เพราะขาดข้อมูลที่ชัดเจนในการรวมกลุ่ม ความพร้อมของชุมชน ความเข้าใจของผู้ประกอบการในการให้บริการ การต้อนรับนักท่องเที่ยว และความพร้อมความเข้าใจของแต่ละฝ่ายของกิจการท่องเที่ยว ความร่วมมือของคนในชุมชน และการที่ภาคเอกชนสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดใหญ่อาจจะไม่ยอมรับธุรกิจขนาดเล็กๆ และเรื่องผลิตภัณฑ์ เช่นผลิตภัณฑ์เชรามิกดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้เพียงกลุ่มเล็กๆ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ธุรกิจเชรามิกขาดความเป็นเอกภาพ การนำเสนอจุดเด่นของท้องถิ่นมีน้อยมาก และถ้าผู้ประกอบการมีจุดเด่นเหมือนกันอาจจะแย่งลูกค้ากันเอง ธุรกิจขาดความรู้ที่จะนำมาต่อยอด ขาดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวรอการสนับสนุนจากภาครัฐมากเกินไป

3) ข้อเสนอแนะ การสร้างเครือข่ายต้องเริ่มจากมีจิตอาสาการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วยความสามัคคี ควรสร้างความเป็นอัตลักษณ์ตามแบบอย่างวิถีโบราณให้โดดเด่น ควรมีการพัฒนาประชาสัมพันธ์การตลาดอย่างสม่ำเสมอ และแนะนำเกี่ยวกับเชรามิกให้เพิ่มมากขึ้น ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการด้านเชรามิก และมีเครือข่ายที่ส่งเสริมความร่วมมือกับการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเชรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ควรมีการดำเนินการตามรูปแบบการพัฒนาดังนี้

1) การพัฒนาคน ควรส่งเสริมคนให้มีความรู้ความเข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยว การให้บริการที่ดีด้วยใจให้สังคมที่ประกอบด้วย บ้าน วัด และโรงเรียนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเรียนรู้ด้วยความรักความสามัคคี โดยเน้นพัฒนาผู้นำ คณะกรรมการทีมงานการท่องเที่ยว ทุกคนให้เข้าใจในการเล่าเรื่องความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวการให้บริการกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และ



การเชื่อมโยงเครือข่ายและสถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำและทีมงานต้องเสียสละ เรียนรู้การหาโอกาสจากภาครัฐที่จะส่งเสริมงบประมาณการพัฒนา สาธารณูปโภค รวมถึงช่วยส่งเสริมโฆษณาประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว และอบรมพัฒนาผู้นำ คณะกรรมการทีมงาน และประชาชนในการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชน การพัฒนาคนผู้นำ และคณะกรรมการทีมงานการท่องเที่ยว ต้องพัฒนาให้เป็นนักบริการที่ดี คือ (1) มีความเป็นผู้นำ มีภาวะผู้นำ และมีความกล้าในการแสดงออกด้วยความคิดสร้างสรรค์ และมนุษยสัมพันธ์ที่มีสันติภาพ (2) มีบุคลิกภาพและมีน้ำใจในการให้บริการ (3) มีความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวในพื้นที่ (4) มีศิลปะในการพูดการสื่อสาร และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

2) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ต้องทำการบูรณาการกิจกรรมให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้ที่สร้างความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เช่น (1) พัฒนารูปแบบกระบวนการเล่าเรื่อง (2) พัฒนารูปแบบการให้บริการกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (3) พัฒนารูปแบบการเชื่อมโยงเครือข่ายและสถานที่ท่องเที่ยว (4) พัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

องค์ความรู้ใหม่

การบูรณาการรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย เครือข่ายธุรกิจเชรามีคพบว่า

1) แหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้โดยตรงถึงประวัติความเป็นมา ตำนาน ความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ของแหล่งท่องเที่ยว แม้นักท่องเที่ยวไม่ได้ซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จากคนในชุมชนที่สามารถทำได้เอง เช่นการแสดงคิวอาร์โค้ด ให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้โดยตรง จากประชาสัมพันธ์หมู่บ้านไปกับสินค้าของชุมชน และให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวช่วยแชร์ Facebook Line สถานที่ท่องเที่ยว

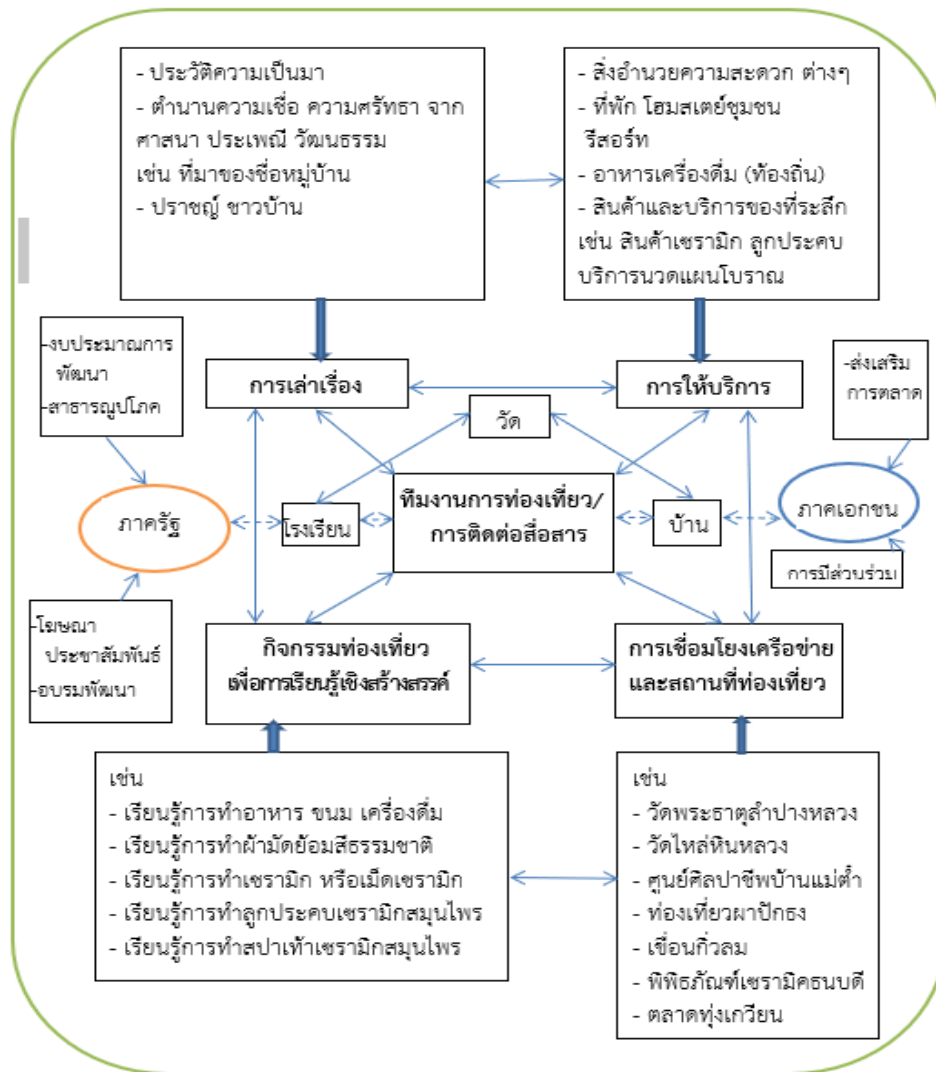
2) แหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมาตรฐานสากลที่นักท่องเที่ยวต้องการ แต่ไม่เป็นการทำให้ผิดวิถีเกินไป และสามารถประสานสามัคคีเครือข่าย สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง และของกินร้านอาหาร รวมไปถึงที่พักต่างๆ ทั้งของชุมชนและโรงแรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อม โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายชุมชนร่วมกัน

3) เครือข่ายธุรกิจเชรามีคควรมีส่วนร่วมในการร่วมคิดรูปแบบในการพัฒนา สร้างสรรค์การเรียนรู้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น กิจกรรมปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจปั่นเพื่อการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวหรืออาจต้องสร้างสรรค์จัดกิจกรรมจักรยานเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ และส่งเสริมการตลาดร่วมกันหรือร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนร่วมกัน

4) แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่นักท่องเที่ยวได้รับองค์ความรู้ที่ชัดเจนในการปฏิบัติ เพื่อการเรียนรู้สร้างประสบการณ์ ซึ่งการจัดกิจกรรมควรให้เข้าถึงกระบวนการและการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมเครือข่าย สถานที่สำคัญใกล้เคียง ในการสร้างกิจกรรมองค์ความรู้

5) ต้องสร้างโอกาสโดยการดึงหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมกิจกรรมเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการบูรณาการและตีความได้ตามภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยเครือข่าย (ธุรกิจเซรามิกลำปาง)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์และความร่วมมือของเครือข่ายเซรามิก ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เรื่องปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากรในการให้บริการ เรื่องที่สำคัญคือ การมีอัยาศัยประสบการณ์ที่ดีของมัคคุเทศก์นำเที่ยว มีความเป็นมิตรมีน้ำใจและอัยาศัยดีของคนในท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่ / บุคลากร มีประสบการณ์ บรรยายให้ข้อมูล สอดคล้องกับ Iuliana, and Marinela (2013) อธิบายถึงความตั้งใจในการแนะนำที่จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในพื้นที่ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 2 คือ ด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงกับด้านภาพลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม การคมนาคมเข้าถึงได้สะดวก สอดคล้องกับ Chadaporn (2016) อธิบายถึง ปัจจัยต่อการตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยว ณ อุทยานวิทยาศาสตร์พระจอมเกล้า ณ หว้ากอ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเรื่องสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับ



มาก คือด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ ด้านการคมนาคม สอดคล้องกับ Wan, and Chan (2013) อธิบายถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องสถานที่และการเข้าถึง ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 3 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พักผ่อนมีความสะอาด และปลอดภัย สอดคล้องกับ Wan, and Chan (2013) อธิบายถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือเรื่องอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกสถานที่สภาพแวดล้อม

ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 1 คือ ด้านความพร้อมของชุมชน เรื่องที่สำคัญคือ สถานที่มีทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ส่งเสริมท่องเที่ยวในท้องถิ่น ชุมชนมีการจัดการวางแผนท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ Danuvat (2014) อธิบายถึง ปรากฏการณ์ความสำเร็จของการบริหารเครือข่ายชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การเตรียมตนเองหรือเตรียมชุมชนเพื่อกำหนดทิศทางร่วมกัน รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 2 ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ ประสานงาน และการใช้ประโยชน์ ผู้นำมีความรับผิดชอบเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือผู้นำ มีจิตใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม สอดคล้องกับ Danuvat (2014) อธิบายถึง ปรากฏการณ์ความสำเร็จของการบริหารเครือข่ายชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การทำงานเป็นทีมการทำงานด้วยความรัก ความสามัคคี ปัจจัยที่สำคัญอันดับที่ 3 มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกันและให้เกียรติกินและกัน การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน สอดคล้องกับ Oranoot, and Chokchai (2013) อธิบายถึง การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานราชการ องค์กร ภาคเอกชน เครือข่ายต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่น และการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นควบคู่กัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ปฏิบัติ ในการสร้างประสบการณ์ สร้างสรรค์การผลิตเชิงราก ชาดการประชาสัมพันธ์ ขาดข้อมูลข่าวสาร ขาดข้อมูลที่น่าสนใจ และสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหายาก สอดคล้องกับ Pongsak, Boonthong, and Vimol (2015) อธิบายถึง ข้อจำกัดโครงการ กิจกรรม และ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย ส่วนเรื่องป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก รวมถึงขาดกิจกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วมที่เกิดคุณค่าประทับใจ สอดคล้องกับ Patthaya, Supanane, and Thammarong (2014) อธิบายถึง การสร้างคุณค่าใหม่เป็นการบูรณาการประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านกระบวนการในการแลกเปลี่ยนชกถาม สร้างสำนึกรักถิ่นเกิด โดยเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้า กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง อธิบายปัญหาหรืออุปสรรค ในการสร้างรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ชุมชนเกิดการรวมตัวธุรกิจบริษัทใหญ่อาจไม่ยอมรับธุรกิจขนาดเล็ก สอดคล้องกับ Adilla, Sirichai, Patanat, and Kanchana (2012) อธิบายถึง จุดด้อยในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ยังขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชน



ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาพัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเชรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ต้องพัฒนา คน สอดคล้องกับ Phra Maha Suthit Aphakaro (Uopoun) et al. (2013) อธิบายถึง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ กลุ่มคน และ สอดคล้องกับ Patthaya, Supanane, and Thammarong (2014) อธิบายถึงปัจจัยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประวัติศาสตร์ เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบ คุณลักษณะที่สำคัญคือการมีคุณธรรมทางด้านความมีวินัย ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบต่อตนเอง

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ต้องรู้จักการบูรณาการกิจกรรมให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้ที่สร้างความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เช่น การเล่าเรื่อง ที่สอดคล้องกับ Sripayon et al. (2014) อธิบายถึง อัตลักษณ์ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เป็นเรื่องเล่าอัตลักษณ์ชุมชน มีการอบรมผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Patthaya, Supanane, and Thammarong (2014) อธิบายถึง การสร้างองค์ความรู้ท้องถิ่น ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน เรื่องราวประวัติความเป็นมา โบราณสถาน โบราณวัตถุ ความเชื่อ ตำนานเรื่องเล่า เป็นสถานที่ที่เกี่ยวข้อง ประวัติศาสตร์

การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายและสถานที่ท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับ Pongsak, Boonthong, and Vimol (2015) อธิบายถึง การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอันดับรองจากด้านอื่นๆ และส่วนใหญ่ภาครัฐมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับ Kanchana et al. (2013) ได้อธิบายถึง การสร้างเครือข่าย และประสานความร่วมมือ เน้นทำงานร่วมกับพันธมิตรคู่ค้าและกระชับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสริมสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว และ สอดคล้องกับ Sripayon et al. (2014) อธิบายถึงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางใน เรื่องเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปาง และเส้นทางการท่องเที่ยวลำปาง-ลำพูน-เชียงใหม่ บนพื้นที่อำเภอห้างฉัตร เกาะคา และเสริมงาม รวมถึงการมีเครือข่ายที่ร่วมกัน โดยการจัดทำสื่อสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ Weerasuk et al. (2014) ได้อธิบายถึง ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เรื่องการกำหนดรูปแบบท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ต้องคำนึงถึงศักยภาพในพื้นที่และสามารถเสริมประเด็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวละชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และ สอดคล้องกับ Thitisak (2014) อธิบายถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้มากที่สุด ได้แก่ นวดไทย ทำอาหารไทย มวยไทย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชนและคนไทยต้องให้ความร่วมมือ ในการจัดการ รักษา ดูแล จัดการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนมีโอกาสใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



สรุป

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย เครือข่ายธุรกิจเชรามิก: กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านสถานที่ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านภาพลักษณ์ วิถีชีวิตวัฒนธรรม ส่วนปัจจัยที่ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญคือ ด้านความพร้อมของสังคม ด้านผู้นำ ด้านทีมงานในชุมชนเครือข่าย ในเรื่องการสร้าง เครือข่าย สิ่งสำคัญการสร้างความร่วมมือของเครือข่ายชุมชน ที่ต้องมีการเชื่อมโยงร่วมมือช่วยกัน และการเห็น ประโยชน์ของเครือข่ายที่มีคุณค่าในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ด้านการเข้าร่วม เครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะต้องมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ ส่วนเรื่องปัญหา อุปสรรค ยัง ขาดการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลกิจกรรมที่น่าสนใจ และเรื่องการรวมตัวของชุมชนทำได้ ยาก การสร้างเครือข่ายต้องเริ่มจากการมีจิตอาสา การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วยความสมัครใจ ในการ พัฒนารูปแบบเครือข่ายธุรกิจเชรามิกสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องทำการพัฒนาคนให้มี ใจบริการที่ดี และส่งเสริมคนให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว และทำการบูรณาการกิจกรรมให้เกิด รูปแบบการเรียนรู้ที่สร้างความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 การพัฒนาความพร้อมของชุมชน เรื่องที่สำคัญคือ สถานที่ มีทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี วิถี ชีวิต ส่งเสริมท่องเที่ยวในท้องถิ่น ชุมชนมีการจัดการวางแผนท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ภาครัฐควร ร่วมส่งเสริม รวมถึงการพัฒนา ด้านผู้นำและทีมงานในชุมชนเครือข่ายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

1.2 การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด ควร เร่งรัดสนับสนุนการเรียนรู้และเพิ่มจุดเด่นแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน focus กิจกรรมที่ให้ลูกค้ามีส่วนร่วม และ เกิดคุณค่าที่ประทับใจ

1.3 การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเน้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยต้องส่งเสริมความร่วมมือของ คนในสังคม/ชุมชนและองค์กรนอกชุมชน ให้ความสำคัญความรู้เรื่องการท่องเที่ยวชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการพัฒนาความร่วมมือการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงส่งเสริมกันในพื้นที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว



References

- Adilla, P., Sirichai, P., Patanat P., & Kanchana, Y. (2012). *A Study of Potential and Value of Tourism Products for Increasing Income in Chai Nat, Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces, in the Central Region of Thailand*. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF).
- Chadaporn, S. (2016). *Factors Affecting Tourist's Decision Making on Traveling to King Mongkut Science Park, Waghor, Prachuab Khiri Khan Province*. Bangkok: The National Research Council of Thailand (NRCT) and The Thailand Research Fund (TRF).
- Danuvat, S. (2014). *The Phenomenon of Success for sustainable Network. Management of Local Community: Case study in Ban KhokPayom Community, Amphoe La-ngu, Satun Province*. Song Khla: Songkhla Rajabhat University Research and Development Institute .
- Gazette. (2015). *Regulations of the Prime Minister's Office on Digital Telecommunications Commission for the economy and society*. Retrieved April 25, 2018, from <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2558/E/053/1.PDF>
- Iuliana, P., & Marinela, G. (2013). *Tourist satisfaction in rural areas- a comparative study on rural areas from Romania and Hungary*. Proceedings of the International Conference Marketing - from Information to Decision, Nov2013, Vol. 6, 223-235. 13p.
- Kanchana, S. et al. (2013). *Full paper of research project: Voluntourism Development in the Upper Northern Region of Thailand*. Bangkok: Support by National Research Council of Thailand (NRCT) and The Thailand Research Fund (TRF) .
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2011). *Creative Economy*. Bangkok: B.C. Press.
- Oranoot, K. & Chokchai, S. (2013). Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economics Community. *Journal of Politics and Government, Current issues in ASEAN*, 4(1), 200-227.
- Patthaya, S., Supananee, K., & Thammarong U. (2014). Factor of eco-historical tourism development in Puntainorasing historical area, Samutprakan province. *Journal of the Humanities and Social Sciences. Mahasarakham University*, 33(1), 140-150.
- Phra Maha Suthit Aphakaro (Uopoun) et al. (2013). *The Model and Process of Buddhism-Based Tourism Development in Thailand*. Bangkok: The National Research Council of Thailand (NRCT) and The Thailand Research Fund (TRF).



- Pongsak, P., Boonthong, D., & Vimol, C. (2015). The Strategies for Sustainable Tourism Administration of Kamphaeng Phet Province. *Journal of the Humanities and Social Sciences*, 21(2), 173-186.
- Ritinan, K. (2014). *Creative economy for a new day in the age of globalization*. Bangkok: APM Group Solutions.
- Sripayon, N. et al. (2014). *The Co-creation of Tourism Management for Sustainable Development of Lampang Community Identity*. Lampang: National University.
- Thedchai, C. (2009). *The role of local government organizations and sustainable tourism development Based on the concept of Sufficiency Economy*. Nonthaburi: King Prajadhipok's Institute.
- Thitisak, V. (2014). Creative Tourism: Thai Travel Preparation. *Journal of Hospitality and Tourism*, 9(1), 64-77.
- Wan, Y. K. P., & Chan, S. H. J. (2013). Factors that Affect the Levels of Tourists' Satisfaction and Loyalty towards Food Festivals: a Case Study of Macau. *International Journal of Tourism Research*, 15(3), 226-240.
- Weerasuk, U. et al. (2014). *Community Participatory Action Research for Hot Spring Tourism Development in the Western Thailand*. Bangkok: The National Research Council of Thailand (NRCT) and The Thailand Research Fund (TRF).
- Yothin, S. (2015). *Mixed research methodology*. Institute for Population and Social Research Mahidol University. Retrieved April 25, 2018, from <http://www.thaivbd.org/n/researchs/download/238>