



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่าง
สร้างสรรค์: กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

The Strategic Management for Creative Experiential Tourism: Case
Study of Samed Island, Rayong province, Thailand

โดย

ดร. ธินิกันต์ ประไกรวัน

เมษายน 2560

สัญญาเลขที่ TRG5780224

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่าง
สร้างสรรค์: กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

The Strategic Management for Creative Experiential Tourism: Case
Study of Samed Island, Rayong province, Thailand

ดร. ธินิกานต์ ประไกรวัน มหาวิทยาลัยบูรพา

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และ มหาวิทยาลัยบูรพา

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.และต้นสังกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ:

ชื่อโครงการ: กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์:
กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ชื่อนักวิจัย และสถาบัน: ดร. ธินิกานต์ ประไกรวัน มหาวิทยาลัยบูรพา

อีเมล: tinikan@buu.ac.th

ระยะเวลาโครงการ: 1 ปี

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง 2) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง และ 3) เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ทั้งระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษาคำสัมภาษณ์เชิงลึก (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 8 ผู้แทนจากชุมชน การลงพื้นที่สำรวจแหล่ง และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลักสถิติ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกลุ่มตัวแปร โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Samples T-Test

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่าเกาะเสม็ดมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ทั้งเชิงวิถีชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่าเชิงปริมาณพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดแสดงความสนใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะวิถีการตกบาตรพระยามเช้าบริเวณชายหาด อาหารท้องถิ่นหมึกต้มน้ำดำ กิจกรรมช้อน/ตกหมึก กะตอยและการสนทนาธรรมและฝึกสมาธิ โดยนักท่องเที่ยวใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวแล้วเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน โดยยังมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นน้ำทะเล ชิมซัปปความสวยงามของเกาะ และภาพพจน์ของเกาะเสม็ดมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไทย

ส่วนใหญ่ใช้ห้องเที่ยวเกาะเสม็ดน้อยกว่า 3 วัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 7 วัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว และด้านความพึงพอใจในการบริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวเหมือนกัน

ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปโดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งต้องการได้รับประสบการณ์เรียนรู้สิ่งใหม่จากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการได้ชมสถานที่ที่สวยงาม จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เน้นการสร้างประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน เกาะเสม็ดมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ พร้อมทั้งมีประเพณี วิถีท้องถิ่น เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของเกาะเสม็ดด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เกาะเสม็ดมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ผ่านกลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดภาพลักษณ์และทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด สร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่นและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอย่างยั่งยืน

คำหลัก : ท่องเที่ยวยั่งยืน ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

Abstract

Project Code :

Project Title : The Strategic Management for Creative Experiential Tourism: Case Study of Samed Island, Rayong province, Thailand

Investigator : Dr. Tinikan Prakraiwan

E-mail Address : tinikan@buu.ac.th

Project Period : 1 year

Abstract:

This research aimed to 1) investigate and analyze the potential of developing Koh Samed into a creative experiential destination; 2) study the appropriate form and activity guidelines based on the creative experiential tourism concept and strategy; 3) to develop appropriate guideline and strategy for management of creative experiential tourism destination. Researcher used mixed research methods (qualitative and quantitative methods). Document analysis and in-depth interview of 8 samples were used for qualitative research. Whereas,

Result of qualitative method showed that, based on many supporting factors such as way of living, nature and the environment, Koh Samed has potential to be developed into a creative experiential destination. Quantitative research result showed that both Thai and foreign tourists showed positive interest toward creative experiential tourism activities. Questionnaire was used for quantitative research with 400 sampling of both Thai and foreign tourists travelling to Samed Island. Statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and independent sample t-test.

The research found out that, based on qualitative research, Samed Island has several supportive factors such as way of living, nature and environment to be developed into a creative experiential tourism destination. Questionnaire survey which was used for a quantitative research results show that both Thai and foreign tourists who have visited Samed Island showed interest in creative experiential tourism activities especially the morning alms collecting on a beach, local dish of Muek Nam Dam, baby squid fishing and Dharma talk with Buddhist monks and meditation. Internet was used to search for information by majority sampling and tourists preferred to travel in small group of 2-3 members. The main motivations for visiting Samed Island were to enjoy the sea and the beauty of the location. Image has influence on their decision when selecting travel destination. Most Thai tourists spent less than 3 days on the island while foreign tourists spent more than 7 days. Both Thai

and foreign tourists expressed their concerns over reputation and positive image of a destination, facilities and staff services when selecting place to travel.

Today, behavior of tourist has changed. Apart from visiting beautiful attractions, tourists demand for a more participative tour activity and program to allow them to learn and exchange knowledge and experience with local people. New form of tourism focusing on creative experience emerges to response to this new need and to open a new platform where tourists and local people to interact. Rayong especially Samed Island is rich in natural resources, local culture and local way of living. Analysis based on creative tourism framework shows that, through appropriate management strategy, Samed Island has potential to be developed into a creative experiential destination which will change the image of Samed and offers alternative activities for tourists. This will open an opportunity for local people to earn extra income and lead to the development of sustainable tourism at Samed Island.

Keywords : Sustainable Tourism, Creative Tourism, Experiential Tourism, Creative Experiential Tourism

บทสรุปผู้บริหาร

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย และการเติบโตของภาคท่องเที่ยวนี้ส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของภาคบริการ จังหวัดระยองเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีความสวยงามเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกาะเสม็ด ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดระยองกว่า 4 ล้าน คน ระยองยังมีความได้เปรียบเนื่องจากที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และชลบุรี นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้อย่างสะดวก

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้มี 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่ เกาะเสม็ด จ.ระยอง 2) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง และ 3). เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา

วิธีการศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 8 ผู้แทนจากชุมชน การลงพื้นที่สำรวจแหล่ง และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า

จากการสำรวจเชิงลึกพบว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เกาะเสม็ดเห็นพ้องกันว่า การท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดกำลังมีปัญหา ทั้งจากประเด็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง เหตุการณ์น้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว และมาตรการรัฐในการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญจากประเทศจีน ชาวเกาะเสม็ดนั้นมีความกลมเกลียวในระดับดีและชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาพื้นที่เกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โรงเรียน วัด และชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดี และทุกคนตระหนักดีว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวจะเกิดไม่ได้หากไม่มีการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม คุณค่าความสวยงามของบรรยากาศชายหาดแบบธรรมชาติ การอนุรักษ์ธรรมชาติทั้งพืชและสัตว์ และการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของเกาะเสม็ดตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เกาะเสม็ดมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ทั้งเชิงวิถีชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

จากการสำรวจเชิงปริมาณพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดแสดงความสนใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะวิถีการดำน้ำชมปะการังและชายหาด อาหารท้องถิ่นหมักดองน้ำดำ กิจกรรมช้อน/ตกหมึกกะตอยและการสนทนาธรรมและฝึกสมาธิ โดยนักท่องเที่ยวใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว แล้วเดินทาง

มาท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน โดยยังมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นน้ำทะเล ชิมรสชาติความสวยงามของเกาะ และภาพพจน์ของเกาะเสม็ดมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ใช้ท่องเที่ยวเกาะเสม็ดน้อยกว่า 3 วัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 7 วัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว และด้านความพึงพอใจในการบริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวเหมือนกัน

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนแล้วสรุปได้ว่าเกาะเสม็ดนั้นมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามเพื่อให้ทุกฝ่ายพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการพัฒนาเกาะเสม็ดเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดเพื่อสร้างกิจกรรมขึ้น
2. ต้องมีการเสริมความเข้าใจให้แก่ชุมชน รวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รถบริการ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และบริษัททัวร์ท้องถิ่นหากมี ในประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
3. จะต้องมีการทำ onsite training กับชุมชนเมื่อให้เกิดความคุ้นเคยกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ทั้งในด้านปรัชญาและกระบวนการดำเนินการกิจกรรม

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	5
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์	7
แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน	9
แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน	10
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	12
ข้อมูลทั่วไปเกาะเสม็ด	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
กรอบแนวคิดการวิจัย	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
รูปแบบของการวิจัย	25
ขั้นตอนในการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	29

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ผลการศึกษาเชิงสำรวจ	32
ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	42
ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ	65
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผล	
สรุปผลการศึกษา	73
อภิปรายผลการศึกษา	78
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก คำนิยามคำศัพท์	87
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	90
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์	95

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 2-1 แสดงจำนวนที่พักรวมประเภท และจำนวนบนเกาะเสม็ด	19
ตารางที่ 3-1 แสดงระดับการตัดสินใจและระดับความสนใจในการทำแบบสอบถาม	30
ตารางที่ 3-2 แสดงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม	31
ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม	42
ตารางที่ 4-2 นักท่องเที่ยวแบ่งตามช่วงอายุ	42
ตารางที่ 4-3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ตอบสอบถาม	43
ตารางที่ 4-4 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ตารางที่ 4-5 รายได้นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม	44
ตารางที่ 4-6 จำแนกสัญชาตินักท่องเที่ยวตามประเทศ	45
ตารางที่ 4-7 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อแบบต่างๆ ระหว่าง นักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	46
ตารางที่ 4-8 เปรียบเทียบเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด	47
ตารางที่ 4-9 เปรียบเทียบลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	48
ตารางที่ 4-10 แสดงขนาดกลุ่มของการเดินทางของนักท่องเที่ยวแยกเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ	48
ตารางที่ 4-11 แสดงจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแยกเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ	49
ตารางที่ 4-12 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยว	49
ตารางที่ 4-13 แสดงความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยว	50
ตารางที่ 4-14 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิง ประสพการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย	51
ตารางที่ 4-15 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงประสพการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ	52
ตารางที่ 4-16 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอายุของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง ประสพการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย	53
ตารางที่ 4-17 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อายุของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง ประสพการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ	54
ตารางที่ 4-18 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงประสพการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4-19 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ	56
ตารางที่ 4-20 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ รายได้ของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย	57
ตารางที่ 4-21 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ รายได้ของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ	58
ตารางที่ 4-22 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยพื้นฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์	59
ตารางที่ 4-23 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกลุ่มประเทศและความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์	60
ตารางที่ 4-24 แสดงผลการคำนวณหาค่าเฉลี่ยทดสอบตัวแปรโดยใช้ Independent Samples T-Test ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์	61
ตารางที่ 4-25 แสดงผลการทดสอบตัวแปรโดยใช้ Independent Samples T-Test ด้านกิจกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์	63
ตารางที่ 4-26 รหัสของผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูล	65
ตารางที่ 4-27 สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวพื้นที่เกาะเสม็ด	66
ตารางที่ 4-28 ข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์พื้นที่เกาะเสม็ด	70

สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพประกอบที่ 2-1 ภาพแสดงความสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่รวมตัวกันเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	7
ภาพประกอบที่ 2-2 แผนผังแสดงภูมิประเทศของเกาะเสม็ด	18
ภาพประกอบที่ 2-3 กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด	25
ภาพประกอบที่ 4-1 พระสงฆ์บิณฑบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด	33
ภาพประกอบที่ 4- 2 นักท่องเที่ยวตักบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด	33
ภาพประกอบที่ 4- 3 พระสงฆ์และนักท่องเที่ยวตักบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด	34
ภาพประกอบที่ 4- 4 คนเกาะเสม็ดตักบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด	34
ภาพประกอบที่ 4-5 หมึกสดจากท้องทะเล	35
ภาพประกอบที่ 4- 6 หมึกต้มน้ำดำ อาหารพื้นถิ่นเกาะเสม็ด	35
ภาพประกอบที่ 4- 7 กิจกรรมช้อนหมึก	36
ภาพประกอบที่ 4- 8 ปลาที่ช้อนได้จากหาดเกาะเสม็ด	36
ภาพประกอบที่ 4- 9 โรงเรียนเกาะแก้วพิศดาร	37
ภาพประกอบที่ 4- 10 กิจกรรมทำผ้าบาติก	37
ภาพประกอบที่ 4- 11 ศาลเจ้าปู่ดำ เกาะเสม็ด	38
ภาพประกอบที่ 4- 12 รูปปั้นพระอภัยมณีและนางเงือก แหล่งศึกษาวรรณกรรมท้องถิ่น	38
ภาพประกอบที่ 4- 13 รูปปั้นนางผีเสื้อสมุทร หรือ หม่อมมาหมุทแห่งเกาะแก้วพิสดาน	39
ภาพประกอบที่ 4-14 รถพ่วงพาหนะท้องถิ่นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะ	39
ภาพประกอบที่ 4- 15 วิหารวัดเกาะเสม็ด สงบเงียบ เหมาะสำหรับการสนทนาธรรม	40
ภาพประกอบที่ 4- 16 พระใหญ่วัดเกาะเสม็ด	40

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปฏิเสธไม่ได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย และการเติบโตของภาคท่องเที่ยวนี้ส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของภาคบริการ อีกทั้งการเติบโตของการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศมากกว่าภาคอื่นเนื่องจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศน้อยมาก หมายความว่ารายได้ที่จะรั่วไหลไปสู่ต่างประเทศนั้นมีสัดส่วนน้อยเช่นกัน

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ กระจายรายได้สู่ภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งภาคชุมชน ยกมาตรฐานการครองชีพของชุมชน และช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (UNWTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมากถึง 535 ล้านคน (UNWTO/GTERC, 2016) และมีแนวโน้มการขยายตัวด้านการบินสูงสุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น จึงนับได้ว่าเป็นโอกาสของประเทศไทยในฐานะที่มีศักยภาพในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะเพิ่มรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

การท่องเที่ยวของไทยยังคงเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รายงานจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 32.6 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศ 1.65 ล้านล้านบาท และในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีเป้าหมายเพิ่มการเติบโตภาคท่องเที่ยวร้อยละ 10 นอกจากนั้นยังกำหนดเป้าหมายทางการตลาดให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและน่าประทับใจ โดยเน้นการให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อสร้างให้เกิดการบอกต่อและการมาท่องเที่ยวซ้ำ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

จังหวัดระยองเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีความสวยงามเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกาะเสม็ด ทั้งยังมีชื่อเสียงในเรื่องผลไม้อร่อย ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดระยองกว่า 4 ล้าน คน ระยองยังมีความได้เปรียบเนื่องจากที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ โดยใช้เวลาเดินทาง

เพียง 2 ชั่วโมงเศษ และอยู่ห่างจากชลบุรีใช้เวลาเดินทางเพียง 1 ชั่วโมงครึ่ง นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้อย่างสะดวก และจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ และชลบุรี คือ จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวกระจายตัวหนาแน่นเป็นอันดับ 1 และ อันดับ 2 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งต้องการได้รับประสบการณ์รู้อะไรใหม่จากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการได้ชมสถานที่ที่สวยงาม จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เน้นการสร้างประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน จังหวัดระยองโดยเฉพาะเกาะเสม็ดมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็น การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ได้

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดระยอง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของเกาะเสม็ดด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เกาะเสม็ดมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดภาพลักษณ์และทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด สร้างรายได้ให้กับ เกาะ และนำไปสู่การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จังหวัดระยองมีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะห้าปี (พ.ศ. 2556 - 2560) โดยหนึ่งใน ยุทธศาสตร์ คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ ของจังหวัดได้อย่างกลมกลืน

คำถามวิจัย

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของเกาะเสม็ด จ. ระยองเป็นอย่างไร
2. การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะ เสม็ด จ. ระยอง ควรมีรูปแบบอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่ เกาะเสม็ด จ.ระยอง
2. เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง
3. เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาผู้วิจัยเรื่องนี้ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- 1.1 บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการของจังหวัดระยอง โดยคัดเลือกเฉพาะหน่วยงานราชการที่ดูแลและรับผิดชอบการพัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวพื้นที่เกาะเสม็ด โดยตรงเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 1.2 บุคลากรในภาคธุรกิจ ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ในภาคธุรกิจการค้า การขนส่งทางเรือ-ทางรถ และการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด
- 1.3 ประชาชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ และ ประสบการณ์เกี่ยวกับเกาะเสม็ด
- 1.4 ผู้แทนชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว ครู เป็นต้น
- 1.5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะเสม็ด
- 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษวิจัยในพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยเข้าไปสำรวจและลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลในพื้นที่เกาะเสม็ด นอกจากนี้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์บุคลากรสำนักงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ประชาชนท้องถิ่น ผู้แทนชุมชน รวมทั้งสัมภาษณ์ทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์: กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของเกาะเสม็ด สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ และการสร้างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยใช้เวลา 12 เดือนในการศึกษาข้อมูลและดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ โดยเริ่มต้นศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน มกราคม 2559 ถึง ธันวาคม 2559

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการเรียนรู้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง
3. ทำให้เกิดการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันเป็นการฟื้นฟู ส่งเสริม และสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง
4. ทำให้ได้แนวทางและแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมต่อพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนท้องถิ่นให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายอัตลักษณ์อันดีงามของชุมชน อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านการท่องเที่ยวและวิถีท้องถิ่นของพื้นที่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผู้วิจัยพบว่า เกาะเสม็ดมีความโดดเด่นในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นวิถีท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ หรือ อาหารถิ่น หากแต่ยังไม่ได้มีการนำมาพัฒนาต่อเพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้นในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย จึงต้องศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นหลักในการอ้างอิงและเป็นแนวทางวิเคราะห์ในการศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพ วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม และความเชื่อต่างๆในชุมชน นำไปสู่การอธิบายข้อสรุปให้ได้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก ซึ่งจะมี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่เป็นพื้นฐานสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
5. แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
7. ข้อมูลทั่วไปเกาะเสม็ด
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2005) ได้อธิบายนิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนเจ้าของพื้นที่และนักท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป บนพื้นฐานวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNWTO ประกอบด้วย 1) การดำเนินกิจกรรมในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว 4) การประสานเข้าด้วยกันของความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

สภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ หรือ ICOMOS (ICOMOS, 2002) กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวในระดับที่สามารถคงอยู่ได้ยาวนานเพราะว่าเอื้อประโยชน์ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และ วัฒนธรรมให้แก่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นหัวใจสำคัญของระบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน หลายภาคส่วนในระดับโลกต่างตระหนักเห็นความสำคัญและพยายามผลักดันให้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกนำไปปฏิบัติจริง องค์การหลักในการผลักดันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก หรือ Global Sustainable Tourism Council (GSTC, 2016)

องค์กร GSTC (GSTC, 2016) ได้กำหนดเกณฑ์พื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวต้องมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) การทำให้ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ในเชิงสังคมและเศรษฐกิจให้ได้มากที่สุด และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- 3) การสร้างประโยชน์มากที่สุดให้ชุมชน นักท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรมโดยสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- 4) การทำให้สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวได้รับประโยชน์มากที่สุด และเกิดผลกระทบในสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

องค์การท่องเที่ยวแคนาดา (The Canadian Tourism Commission, 2014) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมที่สร้างความทรงจำที่ดี

โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ต้องออกแบบให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กัน และสร้างความประทับใจ การรับรู้ ทั้งระดับกายภาพ อารมณ์ และจิตวิญญาณ ในขณะที่ โจ ไดแอส (Diaz, 2016) ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Afar เสริมว่า การเข้าไปชม หรือ ทักทายในสถานที่ต่างๆ นั้นไม่เพียงพอแล้ว นักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ต้องการสัมผัส เจาะลึก ถึงความเป็นดั้งเดิมของวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้เชื่อมสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นจากวัฒนธรรมที่ต่างกันลึกซึ้งขึ้นเพื่อสร้างความหมายแห่งการเดินทาง สำหรับในประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแนว Local Experience หรือท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ฮาร์เวย์ ซอเลอร์ (Sawler, 2016) แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์นั้นมีปัจจัยพื้นฐานสำคัญอยู่หลายประการ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวต้องมีธีม หรือ รูปแบบที่ชัดเจนและเหมาะสมกับประสบการณ์หลัก ต้องกระตุ้นทางอารมณ์ ต้องมีความดั้งเดิม ต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้องผสมผสานองค์ความรู้ในการท่องเที่ยว ต้องเป็นประสบการณ์ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงให้นักท่องเที่ยวได้ ต้องสนุกสนาน ต้องแสดงแก่นแท้ของชุมชน ต้องให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือกระทำหรือสัมผัสประสบการณ์จริง ต้องเพิ่มมูลค่า ต้องสร้างความรู้สึกลึกในถิ่นที่นักท่องเที่ยวมาเยี่ยม และต้องเห็นคุณค่าความหมาย ต้องมีจุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวประหลาดใจด้วยความประทับใจ



ภาพประกอบที่ 2-1 ภาพแสดงความสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่รวมตัวกันเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (ที่มา: https://noto.ca/info_for_your_business/experiential_tourism)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เรย์มอนด์ (Richards and Raymond, 2000) หนึ่งในผู้ก่อตั้งแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ให้นิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาขีดความคิดสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว”

เรยมอนด์ ยังนิยามนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่ใช่บุคคลที่
บริโภคการท่องเที่ยวอย่างทั่วไป แต่เป็นนักท่องเที่ยวที่กระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของ
ประเทศหรือชุมชนที่เข้าไปเยี่ยมชมเยือน

องค์การ UNESCO (2006) ให้นิยามคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีความ
ความเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน กิจกรรมใดๆ ที่ชุมชนนำเสนอต้องช่วยให้นักท่องเที่ยว
ได้เรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น ได้กลมกลืนความสอดคล้อง และ
เสริมสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจ

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. หรือ อพท. ตามคำอธิบายของ
ดร.นาฬิกาติภักดิ์ แสงสนิท (2556) ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับ
ประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้าง
ประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้
ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน โดย ‘หัวใจ’ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือความจริง
แท้-ดั้งเดิม (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์
ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ นำไปสู่การเรียนรู้สิ่ง
ใหม่ๆ และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่สิ้นสุด อพท. เน้นว่า แกนหลักของชุมชน คือ ‘คุณค่า
ของวิถีชีวิต’ ชุมชนต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญใน ‘คุณค่า’ ของชุมชน เพื่อให้ดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง ไม่ใช่อยู่
ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนชุมชนที่ยั่งยืนด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ชุมชนที่
สามารถรักษาความเป็นเนื้อแท้ (Authenticity) เพื่อเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน
เรียนรู้ชุมชนผ่านการท่องเที่ยว

อ้างอิงงานวิจัยขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2555,
2556) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีหลักเกณฑ์พื้นฐาน คือ ต้องเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้
เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริง หรือ มีความเป็น **Originality** และมีความดั้งเดิม หรือ
Authenticity นอกจากนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีการจินตนาการ (**Imagination**) และมีความ
จรรโลงใจ (**Inspiration**) ที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ ต่อมาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมี
องค์ความรู้ (**Knowledge**) แฝงไว้ด้วยศิลปะ (**Arts**) และกลืนอายุของวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนั้นการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเกิดจากการฉลาดคิด (**Ingenuity**) กลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม
(**Inventiveness**) และสุดท้ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคนในชุมชน
(**Intellectual assets**)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism)

รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา (2547) ได้สรุปคำนิยามว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism หรือ CBT) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้านพร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ” นอกจากนี้ ดร. วีระพล ยังได้อธิบายกระบวนการเรียนรู้ของ CBT ว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

1. ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้
2. ศักยภาพของพื้นที่ หมายถึงรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย
3. การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT" ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้ อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายถึงร่วมในทุกๆสิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม
4. มีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆจากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่นพบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆเพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ที่มุ่งเน้นบริหารจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยความยั่งยืนด้วยแนวความคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-Based Approach) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ชุมชนร่วมคิด คือการที่ผู้เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในเสนอความคิดเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว อาทิเช่น
 - 1.1. การริเริ่มโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 1.2. การร่วมค้นหา/เสนอปัญหา/เสนอความต้องการของชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 1.3. การเสนอความคิดเห็นร่วมกับชุมชน หรือหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรท้องถิ่น เพื่อหาวิธีการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 1.4. การมีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวร่วมกับสถาบันการศึกษาในด้านการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 1.5. การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการลงทุน การได้รับผลประโยชน์ จากการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. ชุมชนร่วมวางแผน คือ การมีส่วนร่วมในระดับการวางแผนเพื่อพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น
 - 2.1. การมีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว
 - 2.2. การมีส่วนร่วมวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.3. การมีส่วนร่วมในการพิจารณาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของแผนการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 2.4. การให้ข้อมูลหรือแนวคิดที่จำเป็นแก่เจ้าหน้าที่ในวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 2.5. การได้ร่วมประชุมการวางแผนจัดสถานที่บริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การวางแผนจัดร้านค้าจัดสถานที่จอดรถ จัดระเบียบสิ่งปลูกสร้างต่างๆ หรือการจัดทำ ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ
 - 2.6. การได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการวางแผนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้สัตว์ในพื้นที่
 - 2.7. การร่วมคิด/หาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว
 - 2.8. การร่วมทำแผนงานการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. ชุมชนร่วมปฏิบัติคือการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานตามแผนการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ดัง เช่น
 - 3.1. การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรในการด าเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น การ
สละแรงงาน บริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ หรือการให้ข้อมูลข่าวสาร
 - 3.2. การมีส่วนร่วมในการท ำ/ด าเนินกิจกรรมตามแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 3.3. การร่วมเป็นลูกจ้างหรือสมาชิกทีมที่ปรึกษา ผู้บริหาร สมาชิกอาสา ในการด าเนินกิจกรรม
หรือประสานงานกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 3.4. การให้ความร่วมมือในกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น มีส่วนร่วมในการแสดง การ
แข่งขัน การละเล่นพื้นเมือง
 - 3.5. การมีส่วนร่วมพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 3.6. การเข้าร่วมบุญระ ช่อมแซม และก่อสร้างสิ่งอ านวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 3.7. การร่วมรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์บอกกล่าวให้นักท่องเที่ยว หรือเพื่อนบ้านรู้จักระมัดระวังในการ
อนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวคงสภาพเดิมอยู่ได้นาน
 - 3.8. การเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์รักษาความสะอาด ความสวยงาม และความเป็นระเบียบเรียบร้อย
ของชุมชน
 - 3.9. การมีส่วนร่วมในการด าเนินกิจกรรมของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ร่วมพิธี
บายศรีสู่ขวัญแก่นักท่องเที่ยว ร่วมจัดสถานที่ในพิธีต้อนรับนักท่องเที่ยว
4. ชุมชนร่วมรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว โดยการกระทำที่ไม่
กระทบต่อการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น
 - 4.1. การร่วมรักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไม่ปล่อยน้ำ ำเสีย ไม่ทิ้งเศษขยะมูลฝอย
และสิ่งปฏิกูลต่างๆ ไม่ขีดเขียนตามต้นไม้หรือสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น
 - 4.2. การร่วมปฏิบัติตามค ำแนะน ำการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด เช่น ไม่ล่าสัตว์ ไม่
ส่งเสียงอึกทึก ไม่เคลื่อนย้ายพันธุ์พืชออกจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
 - 4.3. การร่วมดูแลรักษา/บุญระ/ช่อมแซม แหล่งท่องเที่ยว โดยอาจท ำโดยไม่ได้ค่าตอบแทนหรือต้อง
เสียสละกำลังกายและกำลังทรัพย์
 - 4.4. การมีส่วนร่วมฟื้นฟูมาตรฐานการให้บริการทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหาร
จัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว
 - 4.5. การไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว/ประชาชน ในพื้นที่ เช่น ไม่ประกอบการค้าบริเวณ
ทางเท้าสาธารณะ ไม่ตั้งเต็นท์พักในพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น
 - 4.6. ร่วมส่งข้อมูลปัญหา/ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

- 4.7. ร่วมมีบทบาทในการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ร่วมเก็บขยะในแหล่งท่องเที่ยวคอย
สอดส่องดูแลความปลอดภัย และให้การช่วยเหลือ ร่วมปลูกป่าอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น
5. ชุมชนร่วมรับผลประโยชน์ คือ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางตรงและทางอ้อม
ทั้งประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม อาทิเช่น
 - 5.1. การมีส่วนร่วมด้านธุรกิจหรือได้รับประโยชน์ส่วนบุคคลจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยมีรายได้
จากการเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือมีรายได้ขึ้นเนื่องมาจากการท่องเที่ยวใน
พื้นที่ เช่น จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจโฮมสเตย์ ธุรกิจรถเช่า และร้านอาหาร การบริการต่างๆ
 เป็นต้น
 - 5.2. การมีส่วนร่วมได้รับประโยชน์จากการพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการ
ท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 5.3. การมีความภาคภูมิใจในพื้นที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว
 - 5.4. การได้รับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ได้รับอากาศ
บริสุทธิ์ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น
 - 5.5. การได้รับความรู้ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ
 - 5.6. การเกิดความรัก ความสามัคคีในชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน อันเกิดจากการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวในพื้นที่

แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงอธิบายแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังนี้

1. ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวลินุช อุทยาน (2009) ได้สรุปนิยามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการกระทำทุกอย่างของ
นักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำ
นั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรม
ภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายใน
ของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูก

ควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

โดยชวัลลพ สุรพงศ์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีความหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เคารพธรรมชาติโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมได้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำการกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาหรือนักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำการกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำการกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองต่อความต้องการ

หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

2. ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวจะจัดประเภทโดยจำแนกได้หลายลักษณะ เช่น การจัดการเดินทาง จำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยวตามการจัดการเดินทาง

- นักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลัก หรือ Mass Tourists เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน
- นักท่องเที่ยวกลุ่มนอกกระแส หรือ Niche Tourist เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์ มุ่งเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรม หรือ แหล่งเฉพาะ เช่น ดูนก ดูแมลง แหล่งประวัติศาสตร์ ปันจักรยาน

ประเภทของนักท่องเที่ยวตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

- เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)
- เป็นส่วนบุคคล (Foreign Independent Tourist หรือ FIT)

ประเภทของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ

- การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด(holiday-mass Popular individual)
- การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา(Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

- การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ
- การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)
- การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ(Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

3. การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979) ได้จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
- นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
- นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

- นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้เวลานานมากกว่า ในขณะที่ Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้
- นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
- นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
- นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
- นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
- นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) ยังแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะประชากรศาสตร์และคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาออกเป็น 1) นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง นักท่องเที่ยวศักยภาพปานกลาง และ นักท่องเที่ยวศักยภาพต่ำ โดยในแต่ละกลุ่มจะมีการแยกย่อยประเภทของนักท่องเที่ยวตามคุณลักษณะพื้นฐาน เช่น นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่ม Reformer นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่ม Succeeder หรือ นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่ม Mainstream

ข้อมูลทั่วไปเกาะเสม็ด

1. ประวัติศาสตร์พื้นฐาน

เกาะเสม็ดเป็นเพชรเม็ดงามของจังหวัดระยอง ที่ได้นามจากลักษณะพืชพรรณที่ขึ้นอยู่ทั่วไปในบริเวณเกาะ ซึ่งก็คือ ต้นเสม็ดขาว และต้นเสม็ดแดง นอกจากนี้จะมีชายหาดที่สวยงาม น้ำใส อุดมสมบูรณ์ ด้วยธรรมชาติและเงียบสงบแล้วในอดีตเกาะเสม็ดยังมีความสำคัญในฐานะโรงภาษี ซึ่งมีหน้าที่เก็บภาษีเรือค้าขายที่ผ่านไปมา เนื่องจากตั้งอยู่ในชัยภูมิที่ดีของอ่าวไทย เรือค้าขายระหว่างหัวเมืองตะวันออกและประเทศ เช่น จีน กัมพูชา และเวียดนาม ต้องผ่านเกาะเสม็ดทั้งสิ้น เกาะเสม็ดเคยได้รับเสด็จพระมหากษัตริย์ไทยถึง 3 พระองค์ (เจلیل ราชบุรี, 2549) ได้แก่ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

เกาะเสม็ด ได้รับการขนานนามว่า " เกาะแก้วพิสดาร " ดังปรากฏในวรรณคดีไทยเรื่อง พระอภัยมณี ซึ่งเป็นกวีนิพนธ์ของ ท่านสุนทรภู่ กวีเอกของไทย และเป็นวรรณกรรมอันทรงคุณค่าของไทย เชื่อกันว่าสาเหตุที่เกาะเสม็ดได้รับการขนานนามว่า " เกาะแก้วพิสดาร " อาจจะเพราะมีหาดทรายที่ขาวราวกับแก้วหลายหาดทั่วไปทั้งเกาะก็เป็นได้ (เจلیل ราชบุรี, 2553)

ชุมชนเกาะเสม็ดเกิดขึ้นจากการที่ราษฎรอพยพหนีสงครามแบ่งแยกดินแดนฝรั่งเศส มาจากจังหวัดตราด ประมาณปี พ.ศ. 2437 และมาตั้งรกรากอยู่ที่เกาะเสม็ด

2. ข้อมูลพื้นฐานด้านภูมิประเทศ

เกาะเสม็ด เป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ตั้งอยู่ในเขต ต.เพ อ.เมือง จ.ระยอง เกาะเสม็ดมีพื้นที่ประมาณ 4,200 ไร่ เป็นพื้นที่ที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า- เกาะเสม็ด 3,500 ไร่ นอกเขตอุทยานฯ 700 ไร่ เกาะเสม็ดอยู่ห่างจากฝั่งบ้านเพประมาณ 6.5 กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศของเกาะเสม็ดเป็นเกาะรูปสามเหลี่ยม ยาวประมาณ 6 กิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดของเกาะเสม็ด กว้างประมาณ 3 กิโลเมตร และส่วนที่แคบที่สุดอยู่บริเวณอ่าวกิวนอก - อ่าวกิวใน ซึ่งกว้างประมาณ 100 เมตร มีภูเขาสลับซับซ้อนกันอยู่ 2-3 ลูก มีสันเขาเป็นแนวยาว ส่วนฐานของเกาะอยู่ทางด้านเหนือลงมาทางด้านใต้ ซึ่งหันเข้าสู่ฝั่งบ้านเพ ด้านฝั่งตะวันตกของเกาะเป็นหน้าผาสูง และลาดชันลงสู่ด้านตะวันออกที่มีชายหาดเว้าโค้ง จึงทำให้เกิดชายหาดที่สวยงามหลายแห่งซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ทางด้านเหนือและตะวันออกของเกาะเสม็ด ในบริเวณปลายแหลมด้านใต้มีเกาะเล็กๆ อยู่ 3 เกาะ คือ เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม และเกาะหินขาว ซึ่งเป็นเกาะหินล้วน ไม่มีต้นไม้ เป็นที่อาศัยและวางไข่ของนกนางนวล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556; เจلیل ราชบุรี, 2553)

ประมาณร้อยละ 8 ของพื้นที่เกาะเสม็ดเป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - กันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคม มีมรสุมและคลื่นลมจัดมาก เดือนสิงหาคมมีฝนตกชุก และบนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำ

ทางด้านตะวันออกและเหนือของเกาะเสม็ดมีอ่าวและหาดทรายหลายแห่งเรียงต่อกัน เริ่มตั้งแต่ อ่าวน้อยหน้า อ่าวลูกโยน หาดทรายแก้ว อ่าวไผ่ อ่าวทับทิม อ่าวนวล อ่าวช่อ อ่าววงเดือน อ่าวแสงเทียน อ่าวหวาย อ่าวกึ่ง โดยที่หาดทรายแก้วเป็นหาดทรายที่มีสีขาวและยาวที่สุดโดยมีความยาวประมาณ 2 กิโลเมตร

ทางตะวันตกของเกาะเสม็ดคืออ่าวพร้าว ซึ่งหาดทรายของอ่าวพร้าวนั้นจะค่อยๆ เอียงลาดลงทะเล ทำให้เกิดหาดทรายสวย อ่าวพร้าวได้รับการยอมรับว่าเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดของเกาะเสม็ด

ทางตอนใต้ของเกาะเสม็ด คือ บริเวณอ่าวปะการัง มีแหล่งปะการังที่สวยงามเหมาะสำหรับการดำน้ำตื้น บริเวณปลายแหลมด้านใต้มีเกาะเล็ก ๆ อยู่ 3 เกาะ ได้แก่ เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม และหินขาว ซึ่งเป็นที่อาศัยและวางไข่ของนกนางนวล มีแนวหินชายฝั่งรูปร่างแปลกๆ แต่ไม่เหมาะสำหรับการลงเล่นน้ำ เพราะระดับน้ำลึกและมีน้ำวน แต่เป็นแหล่งตกปลาที่ดีและยังสามารถเดินข้ามปลายแหลมตรงบริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยาน ฯ เพื่อไปชมพระอาทิตย์ตกได้ด้วย



ภาพประกอบที่ 2-2 แผนผังแสดงภูมิประเทศของเกาะเสม็ด (ที่มา: www.koh-samed.org)

เกาะเสม็ดมีเกาะบริวารอีกหลายเกาะ เช่น เกาะทะลุ และหมู่เกาะกุฎี ซึ่งประกอบไปด้วย เกาะกุฎี เกาะค้างคาว เกาะขาม เกาะกรวยและ เกาะปลาตีน

3. ข้อมูลประชากร

ประชากรเกาะเสม็ดมีจำนวน 1,300 คน ประมาณ 720 ครัวเรือน และเกาะเสม็ดมีประชากรแฝงอีก 1,300 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อพยพตามฤดูกาลท่องเที่ยว คนที่อาศัยอยู่บนเกาะเสม็ดส่วนใหญ่เป็นชาวเกาะที่อาศัยอยู่แต่ดั้งเดิมใช้ชีวิตอยู่กับทะเล ลักษณะแบบแบ่งปันกันรู้จักกันแบบทุกบ้าน (อบต. บ้านเพ)

4. จำนวนที่พัก

เกาะเสม็ดที่พักหลายระดับ อ้างอิงเว็บไซต์รับจองห้องพักออนไลน์ booking.com เกาะเสม็ดมีที่พักลงทะเบียนกับเว็บไซต์ 84 แห่ง โดยแบ่งตามประเภทที่พัก ได้ดังนี้

ประเภทที่พัก	จำนวน
รีสอร์ต	34
บ้านพัก	24
โรงแรม	14
หมู่บ้านพักตากอากาศ	4
เบดแอนด์เบรกฟาสต์	2
โฮสเทล	2
โฮมสเตย์	2
อพาร์ทเมนต์	1
บ้านพักตากอากาศ	1

ตารางที่ 2-1 แสดงจำนวนที่พักตามประเภท และจำนวนบนเกาะเสม็ด

5. สถานที่บริการ

เกาะเสม็ด มีสถานที่บริการสาธารณะ ดังต่อไปนี้

1. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพบ้านเกาะเสม็ด
2. บ้านเกาะเสม็ดมีสถานศึกษา 1 แห่ง คือ โรงเรียนเกาะแก้วพิสดารหรือโรงเรียนบ้านเกาะเสม็ด
3. หอกระจายข่าว หรือเสียงตามสาย หรือวิทยุชุมชน จำนวน 1 แห่ง
4. สถาบัน และองค์กรศาสนา มีส านักสงฆ์ 1 แห่ง คือ วัดเกาะเสม็ด
5. สถานีตำรวจภูธรเพ สาขาเกาะเสม็ด 1 แห่ง

6. กลุ่มองค์กรต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน มีดังนี้

- กลุ่มองค์กรเครือข่ายชุมชนรักษาระยะสามัคคี
- กลุ่มชมรมหมอนวดชายหาด
- กลุ่มกองทุนหมู่บ้านเกาะเสม็ด
- กลุ่มชมรมอนุรักษ์ปะการัง
- กลุ่มเจ็ทสกี – เรือเร็ว
- กลุ่มชมรมอนุรักษ์นกเงือก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ จะเป็นการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน เพื่อพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ คือ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ด

พิศาล แก้วอยู่ และ ประกอบศิริ ภัคดิพนิจ (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมจักสานผักตบชวา พร้อมทั้งศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวาด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ผลงานศึกษาพบว่า ชุมชนมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำผักตบชวาในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่วนในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้สภาพแวดล้อมชุมชนอยู่ในสภาพดั้งเดิมมีความต้องการมากที่สุดและมีเวลาทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอย่างอิสระ ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ชุมชนมีรายการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยหน่วยงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องให้การสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวพัฒนารายการนำเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนมากที่สุด ชุมชนต้องมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฯ พบว่าควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมให้คงอยู่เดิม พัฒนารูปแบบกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ให้หลากหลาย พร้อมกับบริหารจัดการขีดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละแห่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวัฒนธรรม และสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ต่างๆ ได้อย่างอิสระ และใกล้ชิดวัฒนธรรมมากขึ้น ทำยสุดหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชุมชน พร้อมกับสินค้าและการบริการให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปอย่างยั่งยืน

ชุดแผน วิสัทธิลักษณ์ และคณะ (2554) ศึกษาเรื่อง ท่องเที่ยวสร้างสรรค์: เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนในนิยามความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งแตกต่างไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวมวลชนแบบเดิม และชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนได้อย่างไร

ผลงานศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงกระบวนการ กล่าวคือในเชิงพื้นที่ กิจกรรมนั้น ๆ จะต้องมีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ และชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมจะต้องมีความตระหนักในศักยภาพดังกล่าว ในเชิงกระบวนการ กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่นำไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และด้วยทิศทางนี้ จะนำไปสู่ความสมดุลในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ และจะเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนก็คือ ชุมชนต้องมีความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และ/หรือ ธรรมชาติของตนเอง และขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านและจะก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่ของการท่องเที่ยวและผลที่จะตามมาในท้ายที่สุดก็คือความสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน

นักวิเคราะห์บริษัท The Peak & Skift (2559) ศึกษาประเด็นเรื่องความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (The Rise of Experiential Travel) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความนิยมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกำลังเปลี่ยนแปลงจากเดิม ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการได้รับประสบการณ์เหมือนคนท้องถิ่น (like a local) เพื่อเจาะลึกเข้าใจคนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ที่มีความแปลกใหม่จากการท่องเที่ยวแบบเดิม นักท่องเที่ยวพร้อมที่จะจ่ายในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ มากกว่าการจับจ่ายซื้อของ สำหรับการออกแบบสินค้าด้านการท่องเที่ยวจะต้องเน้นประเด็นการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น

พิฑูรย์ ทองจิม (2558) ศึกษาเรื่อง การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ การวิจัยนี้เสนอกรอบแนวคิดการจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ซึ่งจากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องอาศัยโดยการมุ่งเน้นการก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่สำคัญ รวมไปถึงการการเข้าใจรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งต้องอาศัยแนวทางใน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว 4) การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5) การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว 6) รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 7) องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมไปถึงองค์ประกอบด้านความร่วมมือ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความร่วมมือในด้านการทำแผน 2) ความร่วมมือในด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูล 3) ความร่วมมือในด้านการปฏิบัติ 4) ความร่วมมือในด้านการประเมินผล และ 5) ความร่วมมือในด้านการบันทึก แต่เหนือสิ่งอื่นใดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมถึงชุมชนท้องถิ่น ต้องอาศัยกระบวนการจัดการที่ประกอบด้วยกิจกรรม 4 กิจกรรม ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้นำ หรือ การสั่งการและการควบคุมองค์กร เพื่อให้การจัดการบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด อันได้มาเพื่อผลประโยชน์ต่อชุมชนในภาพรวม ซึ่งในการศึกษานี้ น่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการหาแนวทางการจัดการความร่วมมือของชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่ชุมชน ที่จะต้องพัฒนาตนเองให้มีการ

ดำเนินการเชื่อมโยงกันในทุกภาคส่วนต่อไป

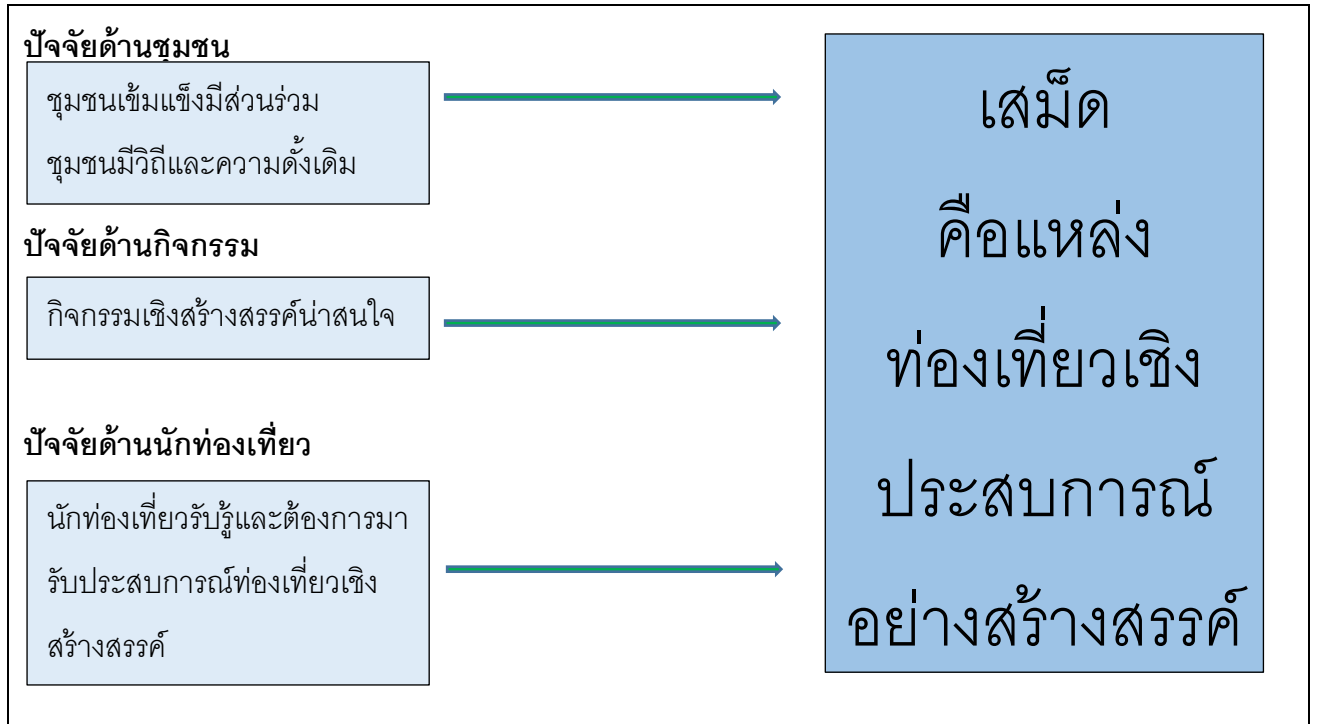
ไตรภพ โคตรวงษา และคณะ (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมข้อมูลพื้นฐาน ของอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) สำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว 3) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนและ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และ 5) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัย คือ แบบ ตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสอบถามสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า 1) อำเภอบางคล้า มีสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแบ่งเป็นสองฟากฝั่ง แม่น้ำบางปะกง ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขาย 2) ทรัพยากรท่องเที่ยว ธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำบางปะกง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า ควรมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแม่น้ำบางปะกง กิจกรรมการล่องเรือชมแม่น้ำและ เกาะลัด 3) ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอำเภอ บางคล้า คือ ต้องการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำบางปะกง และประชาชนต้องการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมด้านนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอบางคล้าอยู่ในระดับมาก โดยมีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือนแตกต่างกันแต่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และ 4) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรนำสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติคือ แม่น้ำบางปะกง วัดโพธิ์ บางคล้า และเกาะลัด เพื่อนำมาพัฒนาเป็นสินค้าหลัก ทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างจุดเด่น และควรพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้

Conceptual Framework



ภาพประกอบที่ 2-2 กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง” มีวิธีการดำเนินการวิจัยโดยกำหนดรายละเอียดดังนี้ คือ แบบของการวิจัย ขั้นตอนในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

รูปแบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม 1 ชุด เป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง

ขั้นตอนในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนาที่สอดคล้องกับของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง 2) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง 3) เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับศักยภาพ โดยมีขั้นตอนในการวิจัย 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจพื้นที่ 4 ด้านอันได้แก่ ด้านที่ 1) ด้านการพัฒนาพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 สำรวจและศึกษาศักยภาพของสภาพแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ระดมสมองจากกลุ่มหน่วยงานรัฐบาล กลุ่มชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มการศึกษาในพื้นที่เพื่อให้ทราบถึงสภาพการท่องเที่ยวชุมชน และศึกษาบริบทของชุมชนโดยการสังเกตซึ่งใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริบทในพื้นที่ ลักษณะทางกายภาพ และความเป็นอยู่ของชุมชน การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball) ได้แก่ ผู้นำชุมชน หรือ

ปราชญ์ชาวบ้าน ที่อยู่ในพื้นที่ศึกษา จำนวน 8 คน และตัวแทนขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ และประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเสม็ดและได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เกาะเสม็ด แล้วนำบทสัมภาษณ์มาเก็บและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Atlas.TI Version 8 เพื่อสร้างความเที่ยงตรงในการถอดรหัสคำตอบ ซึ่งจะนำมาซึ่งคำตอบที่แท้จริงในงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 สำนวจความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและเหมาะสมต่อพื้นที่

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบเครื่องมือวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัย เมื่อได้ทำการสำรวจพื้นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย แล้วนำมาออกแบบแบบสอบถาม และผู้วิจัยได้จัดประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมและการสร้างความเข้าใจในการศึกษากับทีมงานผู้ช่วยนักวิจัย จากนั้นผู้ช่วยนักวิจัยออกทำแบบสอบถาม เมื่อครบจำนวนตามเกณฑ์ นักวิจัยและผู้ช่วยร่วมกันสรุปและถอดบทเรียนที่ได้จากการดำเนินงานแผนปฏิบัติการ และสรุปเป็นเอกสารเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 6 เรียบเรียงเอกสาร นำเอกสารที่ได้มาตรวจสอบข้อมูลโดยการวิเคราะห์ในประเด็นการท่องเที่ยวและสรุป สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเส้นทางการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ในพื้นที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย รวมทั้งสิ้น 4 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

1. หน่วยงานรัฐบาล
2. กลุ่มชุมชน
3. ปราชญ์ชาวบ้าน
4. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) เครื่องมือเชิงคุณภาพ 2) เครื่องมือเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **เครื่องมือเชิงคุณภาพ** ได้แก่ การสัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้รู้เกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ และปราชญ์ชุมชน ตลอดจนการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับชาวบ้านในพื้นที่ศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์และข้อมูลบริบทชุมชนอย่างละเอียด นอกจากนี้ยังใช้การสังเกต เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อสังเกตลักษณะการดำเนินวิถีชีวิตของคนในชุมชน

2. **เครื่องมือเชิงปริมาณ** ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง ของนักท่องเที่ยว ตามรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย สัญชาติ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ระยะเวลาสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1 ทริป ยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ด ความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ดมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)

ตอนที่ 3 บัณฑิตการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด โดยลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ 5= มากที่สุด, 4= มาก, 3= ปานกลาง, 2= น้อย, 1= น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ดโดยลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ 5= มากที่สุด, 4= มาก, 3= ปานกลาง, 2= น้อย, 1= น้อยที่สุด

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Structural Content) และความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และข้อคำถามให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยการหาดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of item-Objective Congruency : IOC)
2. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency method) แบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้
 - 1.1 การจัดทำ focus Group เพื่อสำรวจและศึกษาคัญภาพของสภาพแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2 การสังเกตการณ์ แบ่งเป็น
 - 1.2.1 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้เข้าร่วมและเป็นสมาชิกในการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ การทำผ้าบาติก การสันทนาการและฝึกสมาธิ
 - 1.2.2 การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เกาะเสม็ด เพื่อสังเกตสภาพทางกายภาพทั่วไปบนเกาะเสม็ด ลักษณะประชากรที่อยู่อาศัย การให้บริการนักท่องเที่ยว
 - 1.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้รู้เกี่ยวกับพื้นที่เกาะเสม็ด ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการและปราชญ์ชาวบ้าน
 - 1.4 การสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้จัดทำการสนทนากลุ่มกับประชาชนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการและปราชญ์ชาวบ้าน
2. **การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ การใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง ซึ่งการกำหนดคำถามและตัวเลือกในแบบสอบถามนั้นได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้ดำเนินการไว้ก่อนแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ** ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีวิธีวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 - 1.1 การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประสิทธิภาพอย่างสร้างสรรค์ แนวคิดทฤษฎี งานวิจัย ตลอดจนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ และท้องถิ่นที่ดูแล พื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ควบคู่กับการสังเกตการณ์และสอบถามข้อมูลข้อมูลต่างๆ ด้วยการลงพื้นที่จริงของผู้วิจัย เพื่อนำผลมาวิเคราะห์มาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำเครื่องมือในการวิจัยต่อไป
 - 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 8 คน แล้วใช้การจัดกลุ่มประเด็นข้อมูลในแต่ละด้านออกมาเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย จากนั้นจึงนำผลวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแบบสอบถามและทำประเด็นในการสนทนากลุ่มต่อไป
 - 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้นำผลการสนทนากลุ่มสำหรับกลุ่มประชากรในการวิจัย 4 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยจำแนกข้อมูลตามประเด็นในการสนทนากลุ่มคือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสิทธิภาพอย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด จ.ระยอง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ได้แก่แบบสอบถาม มีวิธีในการวิเคราะห์ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสิทธิภาพอย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง จำนวน 400 ชุด ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามมาวิเคราะห์และประมวลผล ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้และนำแบบสอบถามที่ได้ลงรหัสแล้วมาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)
2. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในคำถามที่ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยผู้วิจัยได้ทำการแปรผลค่าเฉลี่ย (Mean) ระดับการตัดสินใจและระดับความสนใจจากแบบสอบถามเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3-1 แสดงระดับการตัดสินใจและระดับความสนใจในการทำแบบสอบถาม

5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

หลังจากแปรผลค่าเฉลี่ย (Mean) ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามเป็น 5 ระดับ และนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนดอัตราภาคชั้น (กัลยา วาณิชยน์บัญชา, 2544:29) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัย

ตารางที่ 3-2 แสดงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

3. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ที่แสดงถึงความแตกต่างของข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างโดยจัดกลุ่มอยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่
4. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกลุ่มตัวแปร โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Samples T-Test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสม (Mix Method) ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม 1 ชุด เป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ และศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หน่วยงานราชการ ชุมชน ภาครัฐท้องถิ่น ถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการศึกษาเชิงปริมาณ และ ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาเชิงสำรวจ

ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่สำรวจพื้นที่เกาะเสม็ด (Fact Finding Survey) เพื่อประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยการลงพื้นที่สำรวจผู้วิจัยใช้รูปแบบการสอบถามจากคนในพื้นที่ สัมภาษณ์ประชาชนท้องถิ่น การสังเกต พร้อมทั้งการค้นคว้าเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และจัดกลุ่มตามหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งคิดค้นรูปแบบกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้แก่พื้นที่เกาะเสม็ด รายละเอียดการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นต้นแบบอย่างแท้จริง/ Authenticity
- 1.2 ใส่บาตรพระบิณฑบาตบริเวณชายหาด / Alms offering at the beach

ชาวเกาะเสม็ดส่วนใหญ่นับถือพุทธ และบนเกาะมีวัดเกาะเสม็ดตั้งอยู่และมีพระจำพรรษาอยู่ตลอด ในช่วงเช้าของทุกวัน พระสงฆ์จะแบ่งสายออกเดินบิณฑบาตไปตามชุมชน สายหนึ่งจะไปรับบิณฑบาตในย่านชายหาด มีนักท่องเที่ยวและชาวบ้านรอใส่บาตร เป็นภาพที่หาดูได้ยาก และเป็นวิถีท้องถิ่นไม่มีการจัดตั้งแต่อย่างใด



ภาพประกอบที่ 4-1 พระสงฆ์บิณฑบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด



ภาพประกอบที่ 4- 2 นักท่องเที่ยวถวายภัตตาหารบิณฑบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด



ภาพประกอบที่ 4- 3 พระสงฆ์และนักท่องเที่ยววัดกัลยาณมิตรหาดเกาะเสม็ด



ภาพประกอบที่ 4- 4 คนเกาะเสม็ดตักบาตรริมชายหาดเกาะเสม็ด

1.2 อาหารท้องถิ่น หมึกต้มน้ำดำ / Local dish “Muek Nam Dam”

เป็นอาหารท้องถิ่นของชาวเกาะเสม็ด โดยให้หมึกสดตัวเล็กพอประมาณ จะเป็นหมึกหอมหรือหมึกกล้วยก็ได้ ใช้ทั้งตัวไม่ต้องผ่า นำมาต้มกับเครื่องเทศดับกลิ่น เช่น หอมแดง ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกสด ต้นหอม และรากผักชี ความสดของหมึกพร้อมความหวานจากต้นหอมช่วยให้หมึกต้มน้ำดำมีความอร่อยจากรสชาติแท้ๆ ของวัตถุดิบและเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวประมงที่เกาะเสม็ด



ภาพประกอบที่ 4-5 หมึกสดจากท้องทะเล (ภาพจาก <http://cook.huahinhula.com/?p=283>)



ภาพประกอบที่ 4- 6 หมึกต้มน้ำดำ อาหารพื้นถิ่นเกาะเสม็ด (www.bloggang.com)

1.3 ซ้อน / ดัก หมึกกะตอย / Catch baby squid using local technique

เกาะเสม็ดมีหาดน้ำตื้นหลายหาด และยังมีทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็น ปลา หมึก ชาวบ้านสามารถเดินลงชายหาดเพื่อดักปลาด้วยอวน หรือ ใช้เรือเล็กล่อยล้าออกนอกชายหาดเพื่อซ้อนหมึก ซ้อนปลาได้



ภาพประกอบที่ 4- 7 กิจกรรมซ้อนหมึก



ภาพประกอบที่ 4- 8 ปลาที่ซ้อนได้จากหาดเกาะเสม็ด

2. ด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น / Knowledge, local wisdom

2.1 การทำผ้าบาติก / Batik making



ภาพประกอบที่ 4-9 โรงเรียนเกาะแก้วพิศดาร



ภาพประกอบที่ 4-10 กิจกรรมทำผ้าบาติก

3. ด้านการจินตนาการหรือสร้างสรรค์ / Imagination or Creative Event

3.1 ประเพณีแห่เจ้าปู่ดำรอบเกาะ / Chao Poo Dam Festival



ภาพประกอบที่ 4-11 ศาลเจ้าปู่ดำ เกาะเสม็ด

3.2 เรียนรู้วรรณกรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี / local literature “Pra Abhaimanee”



ภาพประกอบที่ 4-12 รูปปั้นพระอภัยมณีและนางเงือก แหล่งศึกษาวรรณกรรมท้องถิ่น



ภาพประกอบที่ 4-13 รูปปั้นนางผีเสื้อสมุทร หรือ ห่มำหมาหุทแห่งเกาะแก้วพิสดาน

4. ด้านการฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม / Innovativeness

4.1 ชมวิถีท้องถิ่นด้วยรถฟ่วง /local way of life by local tri-wheel truck



ภาพประกอบที่ 4-14 รถฟ่วงพาหนะท้องถิ่นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะ

4.2 การสนทนาธรรมและ ฝึกทำสมาธิ/ *Dhama talk and basic meditation*



ภาพประกอบที่ 4-15 วิหารวัดเกาะเสม็ด สงบเงียบ เหมาะสำหรับการสนทนาธรรม



ภาพประกอบที่ 4-16 พระใหญ่วัดเกาะเสม็ด

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง โดยนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้วิเคราะห์
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว เหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด ระยะเวลาสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1 ทริป ยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ด ความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ด
4. การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์กับ เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา โดยใช้ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
6. การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกลุ่มประเทศและความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์
7. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ *Independent Samples T-Test*
8. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ *Independent Samples T-Test*

1. สัญลักษณ์ที่ใช้วิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

P	แทน	ความน่าจะเป็นทางสถิติ
df	แทน	องศาอิสระ
QL	แทน	ระดับการศึกษา

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเสม็ดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยไม่จำกัดอายุ จำนวน 400 ราย มีรายละเอียดดังตารางที่ 4-1 ดังนี้

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ($n = 400$)

		นักท่องเที่ยว			ร้อยละ
		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
เพศ	ชาย	142	41	183	45.75%
		77.6%	22.4%	100.0%	
	หญิง	192	25	217	54.25%
		88.5%	11.5%	100.0%	

จาก ตารางที่ 4-1 นักท่องเที่ยวที่กรอกแบบสอบถามมีสัดส่วนเพศชายหญิงค่อนข้างสมดุล โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน (ร้อยละ 54.25) แบ่งเป็นคนไทย 192 คน และคนต่างชาติ 25 คน และ เพศชาย 183 คน (ร้อยละ 45.75) โดยแบ่งเป็นคนไทย 142 คน และ เป็นคนต่างชาติ 41 คน

ตารางที่ 4-2 นักท่องเที่ยวแบ่งตามช่วงอายุ

		นักท่องเที่ยว			ร้อยละ
		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	96	17	113	28.25
		85.0%	15.0%	100.0%	
	31-40 ปี	157	11	168	42.00
		93.5%	6.5%	100.0%	
	41-50 ปี	57	15	72	18.00
		79.2%	20.8%	100.0%	
	51 ปีขึ้นไป	24	23	47	11.75
		51.1%	48.9%	100.0%	

ตารางที่ 4-2 นักท่องเที่ยวที่กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือกลุ่มอายุ ไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.25 ถัดลงมา คือ กลุ่มอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 และต่ำสุด คือ กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4-3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ตอบสอบถาม

		นักท่องเที่ยว			ร้อยละ
		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
QL	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	28	1	29	7.25
		96.6%	3.4%	100.0%	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	36	10	46	11.5
		78.3%	21.7%	100.0%	
	อนุปริญญา	57	11	68	17.00
		83.8%	16.2%	100.0%	
	ปริญญาตรี	156	31	187	46.75
		83.4%	16.6%	100.0%	
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	13	70	17.50
		81.4%	18.6%	100.0%	

ตารางที่ 4-3 แสดงให้เห็นระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวรวมชาวไทยและต่างชาติที่ตอบสอบถามแสดง โดยกลุ่มที่ร่วมตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 46.75 ของทั้งหมด กลุ่มรองลงมา คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

		นักท่องเที่ยว			ร้อยละ
		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
อาชีพ	พนักงานบริษัท	171	27	198	49.50
		86.4%	13.6%	100.0%	
	ธุรกิจส่วนตัว	50	7	57	14.25
		87.7%	12.3%	100.0%	
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34	7	41	10.25
		82.9%	17.1%	100.0%	
	รับจ้างทั่วไป	36	3	39	9.75

	92.3%	7.7%	100.0%	
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	19	2	21	5.25
	90.5%	9.5%	100.0%	
เกษียชราอายุ	7	12	19	4.75
	36.8%	63.2%	100.0%	
อื่นๆ	8	6	14	3.50
	57.1%	42.9%	100.0%	
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9	2	11	2.75
	81.8%	18.2%	100.0%	

ตารางที่ 4-4 แสดงให้เห็นถึงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มที่ร่วมตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 49.50 ในขณะที่กลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้าน นั้นร่วมแบบสอบถามน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 2.75 เท่านั้น

ตารางที่ 4-5 รายได้นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

		นักท่องเที่ยว			ร้อยละ
		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	81	8	89	22.25
		91.0%	9.0%	100.0%	
	15,000-35,000 บาท	151	5	156	39.00
		96.8%	3.2%	100.0%	
	35,001-55,000 บาท	52	15	67	16.75
		77.6%	22.4%	100.0%	
	55,001-75,000 บาท	23	15	38	9.50
		60.5%	39.5%	100.0%	
	75,001 บาทขึ้นไป	27	23	50	12.50
		54.0%	46.0%	100.0%	

ตารางที่ 4-5 แสดงให้เห็นว่ารายได้นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ประมาณ 15,000-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00

ตารางที่ 4-6 จำแนกสัญชาตินักท่องเที่ยวตามประเทศ

		นักท่องเที่ยว	
		ต่างชาติ	
สัญชาติ	อังกฤษ	13	19.7%
	อเมริกา	8	12.1%
	นอร์เวย์	8	12.1%
	สวีเดน	6	9.1%
	รัสเซีย	6	9.1%
	เยอรมันนี	4	6.1%
	ออสเตรเลีย	4	6.1%
	เดนมาร์ก	3	4.5%
	ฝรั่งเศส	3	4.5%
	ญี่ปุ่น	2	3.0%
	สวิตเซอร์แลนด์	2	3.0%
	นิวซีแลนด์	1	1.5%
	เบลเยียม	1	1.5%
	สเปน	1	1.5%
	อินเดีย	1	1.5%
	จีน	1	1.5%
	ลัตเวีย	1	1.5%
	มาเลเซีย	1	1.5%
	รวม	66	100.0%

ตารางที่ 4-6 แสดงสัญชาติของนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ จะเห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมาจาก อังกฤษ โดยคิดเป็นร้อยละ 19.70 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาและนอร์เวย์ โดยคิดเป็นร้อยละ 12.10 เท่ากัน

3. พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเสม็ดนั้น ผู้วิจัยถามถึงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ระยะเวลาสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1 ทริป ยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ด ความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ด

ตารางที่ 4-7 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อแบบต่างๆ ระหว่างนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยว			Responses	
			N	Percent
ไทย	การรับรู้	ญาติ	196	33.1%
		สิ่งพิมพ์	78	13.2%
		วิทยุ	90	15.2%
		อินเทอร์เน็ต	228	38.5%
		Total	592	100.0%
ต่างชาติ	การรับรู้	ญาติ	37	40.7%
		สิ่งพิมพ์	5	5.5%
		วิทยุ	6	6.6%
		อินเทอร์เน็ต	43	47.3%
		Total	91	100.0%

ตารางที่ 4-7 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ ญาติ/เพื่อน หรือ บุคคลใกล้ชิด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 สื่อวิทยุ โทรทัศน์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ ญาติ/เพื่อน หรือ บุคคลใกล้ชิด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 สื่อวิทยุ โทรทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 และสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ การบอกต่อของคน ที่รู้จัก และการอ่านรีวิวหรือความคิดเห็นจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4-8 เปรียบเทียบเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

นักท่องเที่ยว		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
ไทย	เหตุจูงใจ	เล่นน้ำ	307	67.9%
		กีฬา	12	2.7%
		วัฒนธรรม	57	12.6%
		วิถีชีวิต	76	16.8%
		Total	452	100.0%
ต่างชาติ	เหตุจูงใจ	เล่นน้ำ	55	54.5%
		กีฬา	6	5.9%
		วัฒนธรรม	17	16.8%
		วิถีชีวิต	23	22.8%
		Total	101	100.0%

ตารางที่ 4-8 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือเพื่อพักผ่อน(เล่นน้ำ) จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมา คือ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ชมวัฒนธรรม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และเพื่อการกีฬา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือเพื่อพักผ่อน (เล่นน้ำ) จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ชมวัฒนธรรม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และเพื่อการกีฬา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตารางที่ 4-9 เปรียบเทียบลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

นักท่องเที่ยว			Responses		
			N	Percent	Percent of Cases
ไทย	การเดินทาง	เดินทางด้วยตัวเอง	300	79.8%	92.0%
		ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	35	9.3%	10.7%
		เดินทางเป็นหมู่คณะ	41	10.9%	12.6%
	Total		376	100.0%	115.3%
ต่างชาติ	การเดินทาง	เดินทางด้วยตัวเอง	58	87.9%	89.2%
		ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	5	7.6%	7.7%
		เดินทางเป็นหมู่คณะ	3	4.5%	4.6%
	Total		66	100.0%	101.5%

ตารางที่ 4-9 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือเดินทางมาด้วยตนเอง จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมา คือ เดินทางเป็นหมู่คณะประจำปีกับบริษัท/องค์กร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือเดินทางมาด้วยตนเอง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 87.9 รองลงมา คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ เดินทางเป็นหมู่คณะประจำปีกับบริษัท/องค์กร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4-10 แสดงขนาดกลุ่มของการเดินทางของนักท่องเที่ยวแยกเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ

		นักท่องเที่ยว			
		ไทย		ต่างชาติ	
		Count	Column N %	Count	Column N %
จำนวนผู้ร่วม	เดินทางมาคนเดียว	19	5.7%	11	16.7%
เดินทาง	2-3 คน	137	41.0%	48	72.7%
	4-5 คน	107	32.0%	6	9.1%
	6-7 คน	35	10.5%	1	1.5%
	8-9 คน	12	3.6%	0	0.0%
	> 9 คนขึ้นไป	24	7.2%	0	0.0%
	รวม	334	100.0%	66	100.0%

ตารางที่ 4-10 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ 2-3คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา คือ 4-5 คน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และ 6-7 คน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ 2-3คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา คือ เดินทางมาคนเดียว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 4-5 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 4-11 แสดงจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแยกเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ

		นักท่องเที่ยว			
		ไทย		ต่างชาติ	
		Count	Column N %	Count	Column N %
จำนวนวัน	น้อยกว่า 3 วัน	222	66.5%	20	30.3%
ในทริป	3-5 วัน	94	28.1%	16	24.2%
	6-7 วัน	8	2.4%	2	3.0%
	มากกว่า 7 วัน	10	3.0%	28	42.4%
รวม		334	100.0%	66	100.0%

ตารางที่ 4-11 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ น้อยกว่า 3 วัน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา คือ 3-5วัน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และมากกว่า 7วัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ มากกว่า 7วัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือ น้อยกว่า 3 วัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และ 3-5วัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2

ตารางที่ 4-12 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยว

		นักท่องเที่ยว			
		ไทย		ต่างชาติ	
		Count	Column N %	Count	Column N %
ยานพาหนะที่ใช้	รถยนต์ส่วนตัว	200	59.9%	19	28.8%
	รถบริษัทนำเที่ยว	26	7.8%	8	12.1%
	รถโดยสารสาธารณะ	88	26.3%	24	36.4%

รถจักรยานยนต์/ รถจักรยาน	13	3.9%	3	4.5%
อื่นๆ	7	2.1%	12	18.2%
รวม	334	100.0%	66	100.0%

ตารางที่ 4-12 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมา คือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และรถจักรยานยนต์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีใช้ยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ แท็กซี่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 4-13 แสดงความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยว

		นักท่องเที่ยว			
		ไทย		ต่างชาติ	
		Count	Column N %	Count	Column N %
ความถี่ในการเดินทาง	มาเสม็ดครั้งแรก	135	40.4%	28	42.4%
	2-3 ครั้ง	137	41.0%	24	36.4%
	4-5 ครั้ง	22	6.6%	2	3.0%
	มากกว่า 5 ครั้ง	40	12.0%	12	18.2%
	รวม	334	100.0%	66	100.0%

ตารางที่ 4-13 แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ 2-3 ครั้ง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา คือ ครั้งแรก จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดคือ ครั้งแรก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

4. การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์กับ เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา โดยใช้ค่าเฉลี่ย
และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4-14 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย

	เพศ					
	ชาย		หญิง		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.96	.815	4.21	.845	4.10	.841
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ของแหล่งท่องเที่ยว	3.89	.754	4.05	.820	3.98	.796
สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน แหล่งท่องเที่ยว	3.88	.855	3.77	1.009	3.81	.947
ความสะดวกในด้าน สาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.70	.859	3.65	.975	3.67	.926
ความหลากหลายของสินค้าหรือ ของที่ระลึก	3.40	.892	3.23	1.028	3.30	.975
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	3.49	.943	3.47	1.125	3.48	1.050
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	3.54	.889	3.60	1.043	3.57	.980
ความพึงพอใจในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่	3.47	1.015	3.62	1.086	3.56	1.058
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	3.30	.960	3.53	1.063	3.43	1.025
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.43	.985	3.68	1.077	3.57	1.045

ตารางที่ 4.14 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยว
ยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถ
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =
4.10, SD = .841) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X}$ = 3.98, SD = .796) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.81, SD = .947)

ตารางที่ 4-15 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ

	เพศ					
	ชาย		หญิง		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.83	1.022	3.56	1.044	3.73	1.031
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ของแหล่งท่องเที่ยว	4.10	.860	4.08	.862	4.09	.854
สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน แหล่งท่องเที่ยว	3.66	.938	3.48	1.046	3.59	.976
ความสะดวกในด้าน สาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.15	1.131	3.40	1.155	3.24	1.138
ความหลากหลายของสินค้าหรือ ของที่ระลึก	2.73	1.162	2.64	1.114	2.70	1.136
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	2.56	1.266	2.88	1.301	2.68	1.279
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	2.83	1.160	3.12	1.236	2.94	1.188
ความพึงพอใจในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่	3.61	1.321	3.48	1.388	3.56	1.337
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	2.95	1.224	3.08	1.152	3.00	1.190
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่หลากหลาย	2.93	1.104	3.32	1.249	3.08	1.168

ตารางที่ 4-15 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไป
เที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ
สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของ
แหล่ง ($\bar{X} = 4.09, SD = .854$) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73, SD = 1.031$) และ สิ่ง
อำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.59, SD = .976$)

ตารางที่ 4-16 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อายุของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในทักท่องเที่ยวไทย

	อายุ									
	ไม่เกิน30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.04	.882	4.26	.726	3.84	.996	3.96	.806	4.10	.841
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	4.00	.795	4.10	.727	3.65	.855	3.88	.900	3.98	.796
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.91	.919	3.86	.895	3.63	1.112	3.58	.929	3.81	.947
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.60	.876	3.82	.836	3.46	1.135	3.46	1.021	3.67	.926
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	3.44	.844	3.33	1.009	3.04	1.133	3.21	.721	3.30	.975
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.50	1.095	3.58	.914	3.11	1.249	3.63	1.056	3.48	1.050
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.75	.834	3.60	1.018	3.26	1.094	3.46	.833	3.57	.980
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.63	.997	3.65	1.037	3.21	1.145	3.50	1.103	3.56	1.058
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	3.56	.916	3.50	1.010	3.09	1.169	3.25	1.032	3.43	1.025
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.71	1.035	3.66	.971	3.18	1.167	3.42	1.060	3.57	1.045

ตารางที่ 4.16 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10, SD = .841$) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 3.98, SD = .796$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.81, SD = .947$)

ตารางที่ 4-17 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อายุของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในทักท่องเที่ยวต่างชาติ

	อายุ									
	ไม่เกิน30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.06	1.249	3.27	.905	3.67	.816	3.74	1.010	3.73	1.031
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	4.35	.786	4.09	.701	4.13	.834	3.87	.968	4.09	.854
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.29	1.105	3.73	.786	3.67	.900	3.70	1.020	3.59	.976
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.24	1.200	3.18	.874	3.40	1.121	3.17	1.267	3.24	1.138
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	2.76	1.480	3.00	1.095	2.60	1.121	2.57	.896	2.70	1.136
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	2.71	1.404	3.18	1.537	2.60	1.242	2.48	1.082	2.68	1.279
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	2.82	1.334	3.18	1.079	2.87	1.060	2.96	1.261	2.94	1.188
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.65	1.367	3.82	1.250	3.60	1.404	3.35	1.369	3.56	1.337
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	3.00	1.369	3.82	1.079	2.87	.990	2.70	1.105	3.00	1.190
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.06	1.391	3.73	1.191	3.13	.834	2.74	1.096	3.08	1.168

ตารางที่ 4.17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ถึง ดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 4.09, SD = .854$) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73, SD = 1.031$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.59, SD = .976$)

ตารางที่ 4-18 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย

	ระดับการศึกษา										
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Total
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.75	1.143	4.22	.898	4.02	.834	4.11	.783	4.28	.750	4.10 .841
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	3.79	.995	4.08	.806	3.88	.709	3.99	.799	4.07	.753	3.98 .796
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.79	1.101	3.81	.889	3.61	1.082	3.85	.864	3.93	.979	3.81 .947
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.43	1.034	3.67	.956	3.44	1.069	3.69	.855	3.96	.823	3.67 .926
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	3.68	.863	3.44	.998	3.32	1.020	3.31	.862	3.00	1.180	3.30 .975
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.46	1.319	3.61	1.076	3.53	1.104	3.42	1.003	3.53	.984	3.48 1.050
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.75	1.041	3.97	.971	3.40	1.050	3.49	.926	3.63	.975	3.57 .980
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.39	1.257	3.83	.971	3.33	1.185	3.56	.992	3.68	1.02	3.56 1.058
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	3.50	1.171	3.72	.944	3.16	1.146	3.48	.912	3.35	1.12	3.43 1.025
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.43	1.260	3.67	.986	3.21	1.221	3.62	.954	3.84	.941	3.57 1.045

ตารางที่ 4.18 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10, SD = .841$) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 3.98, SD = .796$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.81, SD = .947$)

ตารางที่ 4-19 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ

	ระดับการศึกษา											
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.	3.30	.949	3.91	.831	3.74	1.064	3.92	1.188	3.73	1.031
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.	3.80	.789	4.18	.751	4.06	.929	4.38	.768	4.09	.854
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.	3.50	.707	3.82	.751	3.48	1.151	3.77	.927	3.59	.976
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.00	.	3.20	.632	3.45	.934	3.03	1.278	3.62	1.261	3.24	1.138
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	2.00	.	3.20	.632	3.45	1.128	2.52	1.180	2.15	.987	2.70	1.136
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.00	.	3.10	1.287	3.27	1.272	2.45	1.338	2.38	1.044	2.68	1.279
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	1.00	.	3.20	.789	3.55	.820	2.94	1.315	2.38	1.121	2.94	1.188
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	2.00	.	3.50	1.080	3.73	1.191	3.48	1.458	3.77	1.423	3.56	1.337
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์	1.00	.	3.30	.823	3.82	.874	2.87	1.147	2.54	1.391	3.00	1.190
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.00	.	3.40	.699	3.73	.905	3.00	1.342	2.46	.967	3.08	1.168

ตารางที่ 4-19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึง ดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 4.09, SD = .854$) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73, SD = 1.031$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.59, SD = .976$)

ตารางที่ 4-20 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ รายได้ของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวไทย

	รายได้ต่อเดือน											
	ต่ำกว่า		15,000-		35,001-55,000		55,001-		75,001 บาท		Total	
	15,000 บาท		35,000 บาท		บาท		75,000 บาท		ขึ้นไป			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.07	.877	4.14	.833	4.02	.804	4.04	.928	4.22	.801	4.10	.841
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	3.99	.766	4.07	.780	3.75	.764	4.00	1.000	3.89	.801	3.98	.796
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.83	.863	3.88	.923	3.60	.934	3.78	1.166	3.85	1.134	3.81	.947
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.62	.874	3.72	.967	3.50	.828	3.87	.815	3.70	1.103	3.67	.926
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	3.49	.896	3.46	.907	2.85	.958	3.30	1.146	2.74	1.023	3.30	.975
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.73	1.01	3.57	.990	3.06	1.127	3.22	.951	3.26	1.163	3.48	1.050
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.75	.942	3.68	.941	3.13	1.085	3.48	1.082	3.37	.742	3.57	.980
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.53	1.10	3.66	1.00	3.37	1.085	3.61	1.076	3.41	1.152	3.56	1.058
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เจริญสร้างสรรค์	3.52	1.01	3.57	.956	3.27	1.122	2.96	1.065	3.11	1.050	3.43	1.025
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.67	1.00	3.63	1.05	3.46	1.056	3.52	1.201	3.26	.984	3.57	1.045

ตารางที่ 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10, SD = .841$) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 3.98, SD = .796$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.81, SD = .947$)

ตารางที่ 4-21 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ รายได้ของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในนักท่องเที่ยวต่างชาติ

	รายได้ต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-35,000 บาท		35,001-55,000 บาท		55,001-75,000 บาท		75,001 บาทขึ้นไป		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	2.88	1.246	3.40	.548	3.93	.799	3.93	.961	3.83	1.114	3.73	1.031
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว	3.88	.641	3.40	.548	4.20	.775	4.20	.941	4.17	.937	4.09	.854
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.38	.518	4.00	.707	3.60	.910	3.80	1.082	3.43	1.121	3.59	.976
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	3.38	.916	3.00	.707	3.40	1.056	3.13	1.125	3.22	1.380	3.24	1.138
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก	3.50	.926	2.80	.447	3.00	1.195	2.73	1.163	2.17	1.072	2.70	1.136
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.00	1.309	2.40	1.14	2.73	1.486	3.00	1.414	2.39	1.076	2.68	1.279
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.535	2.60	.894	3.47	1.407	2.73	1.223	2.78	1.204	2.94	1.188
ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.50	.926	3.20	1.48	3.47	1.598	3.60	1.242	3.70	1.396	3.56	1.337
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เช่น	2.88	.991	2.80	.837	3.27	1.280	2.93	1.438	2.96	1.147	3.00	1.190
สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.13	.641	2.80	.837	3.47	1.302	3.13	1.356	2.83	1.154	3.08	1.168

ตารางที่ 4.21 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงดีมาก และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 4.09, SD = .854$) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73, SD = 1.031$) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.59, SD = .976$)

5. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

ตารางที่ 4-22 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยพื้นฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

	นักท่องเที่ยว					
	ไทย		ต่างชาติ		Total	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.10	.841	3.73	1.031	4.04	.885
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของ แหล่งท่องเที่ยว	3.98	.796	4.09	.854	4.00	.806
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.81	.947	3.59	.976	3.78	.954
ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภค พื้นฐาน	3.67	.926	3.24	1.138	3.60	.976
ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ ระลึก	3.30	.975	2.70	1.136	3.20	1.027
การจัดตั้งศูนย์บริการช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	3.48	1.050	2.68	1.279	3.35	1.129
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.57	.980	2.94	1.188	3.47	1.043
ความพึงพอใจในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่	3.56	1.058	3.56	1.337	3.56	1.107
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิง สร้างสรรค์	3.43	1.025	3.00	1.190	3.36	1.065
แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่หลากหลาย	3.57	1.045	3.08	1.168	3.49	1.081

ตารางที่ 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีปัจจัยการตัดสินใจเลือก
เดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และ
สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
($\bar{X} = 4.04, SD = .885$) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง ($\bar{X} = 4.00, SD = .806$) และ สิ่ง
อำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.78, SD = .954$)

6. การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกลุ่มประเทศและความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

ตารางที่ 4-23 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกลุ่มประเทศและความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

	นักท่องเที่ยว					
	ไทย		ต่างชาติ		Total	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
ใส่บาตรริมหาด	3.45	1.156	3.35	1.271	3.44	1.174
หมักต้มน้ำดำ	3.57	1.031	3.33	1.207	3.53	1.064
ช้อนหมักกะตอย	3.49	1.068	2.94	1.357	3.40	1.137
ทำผ้าบาติก	3.37	1.149	2.64	1.260	3.25	1.198
แห่เจ้าปู่ดำ	3.45	1.132	2.85	1.280	3.35	1.178
วรรณกรรมท้องถิ่น	3.45	1.121	2.55	1.267	3.30	1.194
ชมวิถีด้วยเรือฟาง	3.28	1.174	2.86	1.335	3.21	1.210
สนทนาธรรม	3.24	1.171	3.17	1.260	3.23	1.184

ตารางที่ 4-23 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อคำถามจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อาหารท้องถิ่น หมักต้มน้ำดำ ($\bar{x} = 3.53, SD = 1.064$) 1. ใส่บาตรพระบริเวณบาตรบริเวณชายหาด ($\bar{x} = 3.44, SD = 1.174$) และ ช้อน/ตัก หมักกะตอย ($\bar{x} = 3.40, SD = 1.137$)

7. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ *Independent Samples T-Test*

เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มคนไทยและคนต่างต่างนั้นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ หรือ *mean*) เท่ากันหรือไม่ ผู้วิจัยจึงใช้หลักการทดสอบตัวแปร *Independent Samples T-Test*

โดยการตั้งสมมุติฐาน H_0, H_a

H_0 : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นพอๆ กัน

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

H_a : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นต่างกัน

$$H_a: \mu_1 \neq \mu_2$$

คำนวณโดยใช้สูตร

$$\sigma_{\bar{x}-\bar{x}} = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \times \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 \times n_2}}$$

$$t_{\text{sample}} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sigma_{\bar{x}-\bar{x}}}$$

$$d.f. = n_1 + n_2 - 2$$

ผลการคำนวณหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ หรือ *mean*) โดยโปรแกรม SPSS เป็นไปตามที่แสดงใน ตารางที่ 14-24

ตารางที่ 4-24 แสดงผลการคำนวณหาค่าเฉลี่ยทดสอบตัวแปรโดยใช้ Independent Samples T-Test ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทาง ไปเที่ยวเกาะเสม็ด	นักท่องเที่ยว	<i>n</i>	Mean ($\bar{X}$)	SD	<i>p</i>	ความหมาย
ด้านความสวยงาม ของแหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	4.10	0.841	.006	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.73	1.031		มาก
ด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ของแหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	3.98	0.796	.303	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	4.09	0.854		มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน แหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	3.81	0.947	.082	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.59	0.976		มาก
ด้านความสะอาดสาธาณูปโภค พื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	3.67	0.926	.005	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.24	1.138		ปานกลาง
ด้านความหลากหลายของสินค้า และของที่ระลึก	ไทย (T)	334	3.30	0.975	.000	ปานกลาง
	ต่างชาติ (F)	66	2.70	1.136		ปานกลาง

ด้านการจัดตั้งศูนย์บริการและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา	ไทย (T)	334	3.48	1.05	.000	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	2.68	1.279		ปานกลาง
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	3.57	0.98	.000	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	2.94	1.188		ปานกลาง
ด้านความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว	ไทย (T)	334	3.56	1.058	.983	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.56	1.337		มาก
ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆเชิงสร้างสรรค์	ไทย (T)	334	3.43	1.025	.003	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.00	1.19		ปานกลาง
ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย	ไทย (T)	334	3.57	1.045	.001	มาก
	ต่างชาติ (F)	66	3.08	1.168		ปานกลาง

ข้อมูลจากตารางที่ 4-24 สามารถสรุปได้ว่า

1. ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 4.10$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.73$) ด้านความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.67$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.24$) ด้านความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.70$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.30$) ด้านการจัดตั้งศูนย์บริการและให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหานักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.48$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.68$) ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.57$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.94$) ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.43$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.00$) ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีเส้นทางและกิจกรรมที่หลากหลายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.57$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.08$) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว และด้านความพึงพอใจในการบริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การ
ทดสอบแบบ *Independent Samples T-Test*

เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มคนไทยและคนต่างต่างนั้นมีค่าเฉลี่ยความ
สนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ หรือ *mean*) เท่ากันหรือไม่ ผู้วิจัยจึงใน
หลักการทดสอบตัวแปร *Independent Samples T-Test*

โดยการตั้งสมมติฐาน H_0, H_a

H_0 : ความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและ
นักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นพอๆ กัน

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

H_a : ความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและ
นักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นต่างกัน

$$H_a: \mu_1 \neq \mu_2$$

ผลการคำนวณค่าเฉลี่ยความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ หรือ
mean) โดยโปรแกรม *SPSS* เป็นไปตามที่แสดงในตารางที่ 14-25

ตารางที่ 4-25 แสดงผลการทดสอบตัวแปรโดยใช้ *Independent Samples T-Test* ด้าน
กิจกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว	<i>n</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>p</i>	ความหมาย
ใส่บาตรพระบิณฑบาตรบริเวณ ชายหาด	ไทย	334	3.45	1.156	.513	มาก
	ต่างชาติ	66	3.35	1.271		ปานกลาง
อาหารท้องถิ่น หมักดองน้ำดำ	ไทย	334	3.57	1.031	.096	มาก
	ต่างชาติ	66	3.33	1.207		ปานกลาง
ซื้อ/ดัก หมึกกะตอย	ไทย	334	3.49	1.068	.003	มาก
	ต่างชาติ	66	2.94	1.357		ปานกลาง
กิจกรรมการทำผ้าบาติก	ไทย	334	3.37	1.149	.000	ปานกลาง

	ต่างชาติ	66	2.64	1.260		ปานกลาง
ประเพณีแห่เจ้าปู่ด้าวรอบเกาะ	ไทย	334	3.45	1.132	.000	มาก
	ต่างชาติ	66	2.85	1.280		ปานกลาง
เรียนรู้อารยธรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี	ไทย	334	3.45	1.121	.000	มาก
	ต่างชาติ	66	2.55	1.267		น้อย
กิจกรรมชมวิถีท้องถิ่นด้วยรถพ่วง	ไทย	334	3.28	1.174	.011	ปานกลาง
	ต่างชาติ	66	2.86	1.335		ปานกลาง
กิจกรรมการสนทนาธรรมและ ฝึกทำสมาธิ	ไทย	334	3.24	1.171	.662	ปานกลาง
	ต่างชาติ	66	3.17	1.260		ปานกลาง

จากตารางที่ 4.25 สามารถสรุปว่า

- 1) กิจกรรมการทำผ้าบาติกนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.37$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.64$) ประเพณีแห่เจ้าปู่ด้าวรอบเกาะนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมาก($\bar{X} = 3.45$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.85$) การเรียนรู้อารยธรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.45$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับน้อย($\bar{X} = 2.55$) กิจกรรมชมวิถีท้องถิ่นด้วยรถพ่วงนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 3.28$)และนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับปานกลาง($\bar{X} = 2.86$)แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกิจกรรมใส่บาตรบริเวณชายหาด อาหารท้องถิ่น หมักต้มยำน้ำดำ กิจกรรมช้อน/ตักหมักกะตอยและการสนทนาธรรมและฝึกสมาธิ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นการนำเสนอผลการศึกษาบทบาทของชุมชน ผู้นำท้องถิ่น ปราชญ์ท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม *Atlas.TI Version 8* เพื่อความเที่ยงตรงในการถอดรหัสคำตอบซึ่งจะนำไปสู่คำตอบที่แท้จริงของงานวิจัย โปรแกรม *Atlas.TI Version 8* เป็นโปรแกรมที่สามารถรองรับภาษาไทยได้ ซึ่งการศึกษานี้ครั้งนี้มีผู้ให้สัมภาษณ์ 8 คน ได้แก่ พระภิกษุวัดเกาะแก้วพิศดาร ปราชญ์ท้องถิ่นผู้ชำนาญประวัติศาสตร์ระยองและเกาะเสม็ด ผู้แทนสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เจ้าของกิจการที่พักประเภทราคาประหยัดชาวเกาะเสม็ดโดยกำเนิด เจ้าของกิจการร้านอาหารชาว

เกาะเสม็ดโดยกำเนิด ครูโรงเรียนเกาะแก้วพิศดาร เจ้าของกิจการที่พักประเภทรีสอร์ตหรู และเจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้กำหนดรหัสให้แก่ผู้ให้ข้อมูล ดังตารางที่ 4- 26

ตารางที่ 4-26 รหัสของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล	รหัส
พระภิกษุวัดเกาะแก้วพิศดาร	DS01
ปราชญ์ท้องถิ่นผู้ชำนาญประวัติศาสตร์ระยองและเกาะเสม็ด	DS02
ผู้แทนสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	DS03
เจ้าของกิจการที่พักประเภทราคาประหยัดชาวเกาะเสม็ดโดยกำเนิด	DS04
เจ้าของกิจการร้านอาหารชาวเกาะเสม็ดโดยกำเนิด	DS05
ครูโรงเรียนเกาะแก้วพิศดาร	DS06
เจ้าของกิจการที่พักประเภทรีสอร์ตหรู	DS07
เจ้าหน้าที่องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น	DS08

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษา 3 ประเด็น คือ ประเด็นความคิดเห็นคนท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ทศนคติความเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์พื้นที่เกาะเสม็ด และความเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์พื้นที่เกาะเสม็ด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความคิดเห็นคนท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

ผลการศึกษาพบว่า คนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เกาะเสม็ดที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเห็นตรงกันว่า การท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดกำลังมีปัญหา การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเกาะเสม็ดนั้นมีเพียงเรื่องความเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ปัญหาที่คนท้องถิ่นเห็นได้อย่างชัดเจนคือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุหลักของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง คือ เหตุการณ์น้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว และมาตรการรัฐในการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญจากประเทศจีน

“.....แล้วเขาคิดถึงเสม็ดอย่างไร นึกถึงเล่นน้ำทะเลอย่างเดียว....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

“.....เรื่องของน้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว ก็ยังมีผลอยู่แต่เป็นส่วนน้อย เพราะว่าทุกฝ่ายก็จะพยายามที่จะไม่พูดถึงมัน โดยเฉพาะรัฐบาล....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

“.....นักท่องเที่ยวไทยหรือผมว่าลดลงนะ ส่วนยุโรปนี่ถือว่ามาน้อยมากจากเดิมที่เคยยุโรป 80 % แล้วคนไทย 20% จากที่ผ่านมา ก็ดูคิดง่ายว่าในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวเข้ามา เยอะทั้งปีคิดเป็น

100% เมื่อปี พ.ศ. 2556 ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายนรายได้แค่ 6 เดือนเท่ากับ 100% ของรายได้ทั้งปีของปี พ.ศ. 2555 ซึ่งจริงๆแล้วปีนั้นต้อง 200% แต่พอมีน้ำมันร่วงตอนเดือนกรกฎาคม รายได้รวมของปีก็เลยอยู่ที่ 100 % ของปี พ.ศ. 2555 พอมีข่าวเรื่องน้ำมันร่วงนักท่องเที่ยวก็หายหมด ตามชายหาดนี้เหลือแต่หมา พนักงานนี่นั่งกันคอต....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

“....เมื่อก่อนนี้เป็นมาก ก็จะประมาณซัก 30 ถึง 40 เปอร์เซ็นได้รายได้ส่วนใหญ่ก็จะมาจากนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งตอนนี้ก็ประสบกับปัญหาปราบทัวร์ศูนย์เหรียญ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

นอกจากนี้ประเด็นความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานและภาคเอกชนในพื้นที่ก็อาจจะเป็นอุปสรรคปัญหาของการท่องเที่ยว เนื่องจากมีพื้นที่ทับซ้อน ทำให้เกิดนโยบายต่างกัน และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในบางมิติ

“....ก็เรื่องของอุทยานเขา เรื่องมันเยอะเรื่องมันลึก เป็นเหมือนกันทุกที่แหละเรื่องที่พักเรื่องขยะ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS05)

“....เพราะเดี๋ยวนี้ระเบียบมันออกมาเยอะ บางครั้งเราอยากจะทำ แต่มันก็ทำไม่ได้ ซึ่งหนักใจพอสมควร หนึ่งเพราะที่น้ำมันมีทั้งในเขตนอกเขต อย่างคุณยืนอยู่ตรงนี้ (เขตรัด) นอกเขตละ ตั้งแต่หาดทรายแก้วไปถึงวงเดือนเป็นอุทยานทั้งหมด ตอนนี้ท้องถิ่นมีปัญหาตรงนี้ เกิน 100% พูดตรงๆ เพราะจริงๆแล้วการฟื้นฟูไม่ใช่แค่ฟื้นฟูในชุมชน มันจะต้องไปฟื้นฟูในสถานที่ท่องเที่ยว ตรงนี้เป็นชุมชนโดยตรงโดยไม่ได้ขึ้นกับอุทยานแต่ขึ้นกับสำนักงานท้องถิ่นกับกรมธนารักษ์....” (ผู้ให้ข้อมูล DS08)

ตารางที่ 4- 27 สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวพื้นที่เกาะเสม็ด

ประเด็น	ข้อค้นพบ
ผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเสม็ด	นโยบายภาครัฐ เหตุการณ์อุบัติเหตุ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด
ผลกระทบของความขัดแย้งในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยว	นโยบายไม่สอดคล้องกันของภาครัฐและเอกชนเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

2. ศักยภาพพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด

เกาะเสม็ดมีประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี และ ทรัพยากรทางธรรมชาติสมบูรณ์พร้อมเพื่อการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลมีข้อมูลด้านต่างๆ อย่างลึกซึ้งและครบถ้วน โดยหากแบ่งกลุ่มของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลจะได้ดังนี้

2.1 พื้นที่เกาะเสม็ดมีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีพระมหากษัตริย์ไทยเคยเสด็จถึง 4 พระองค์ ซึ่งข้อมูลนี้สามารถนำมาผูกโยงเรื่องราวในการสื่อความหมายท่องเที่ยวให้เกิดความซาบซึ้ง และในพื้นที่มีปราชญ์ท้องถิ่นผู้ซึ่งทำการศึกษาค้นคว้าประวัติศาสตร์ภาพรวมของจังหวัดระยอง และประวัติเกาะเสม็ด ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญต่อห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

“...โดยศักยภาพของเกาะนี้แล้วผมในฐานะนักประวัติศาสตร์เราเสียดยานะ ที่คนมาโดยเฉพาะน้ำทะเล ทั้งๆที่เกาะเสม็ดมันมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจอยู่มากมาย มีพระมหากษัตริย์อยู่หลายพระองค์ที่เคยเสด็จมาที่นั่น ไฉตรงนี้เราพยายามที่จะทำยังไงถึงจะให้ข้อมูลพวกนี้ที่นักท่องเที่ยวมาแล้วได้รับรู้...” (ผู้ให้ข้อมูล DS02)

“....ถามว่าพระมหากษัตริย์ที่เคยมาที่เกาะเสม็ดนี้มีตั้งแต่รัชกาลที่ 5 รัชกาลที่ 6 รัชกาลที่ 7 รัชกาลปัจจุบัน (รัชกาลที่ 9) ก็มาก็เคยเสด็จมา แต่ละองค์ก็เคยเสด็จมา เพราะฉะนั้นถามว่า มีบันทึกเยอะเยอะไปหมดว่าเสด็จไปไหนอย่างไร สถานที่ต่างๆเราเราสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาแล้วจะภูมิใจ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS02)

“....ตรงนี้ข้อมูลพวกนี้ผมทำไว้หมดแล้วอันนี้พวกเราสามารถ นำไปต่อยอดได้สบายมาก นี่พูดถึงเรื่องกษัตริย์นะที่มาถ้าเป็นสถานที่เช่นเป็นด้านศาลกากร เป็นกองทหาร อย่างเงี้ยมันมีข้อมูลมันแล้วนอกจากนี้ก็มีบันทึกของชาวต่างประเทศที่เขาต่างๆ เขาเคยมา เช่น พุทธของฝรั่งเศส นักธรณีวิทยาของฝรั่งเศสพวกนี้ หรือว่าบันทึกของไทยเรา เคยมาที่เกาะเสม็ดเมื่อหลายร้อยปีมา....” (ผู้ให้ข้อมูล DS02)

“....เพราะว่าตรงนี้เป็นรูปแบบทรงแปดเหลี่ยมแต่เดิมเมื่อซัก 10 กว่าปีที่แล้ว กระแสบาทลิ้มฮิตมาก เราก็บอกเราเป็นคนไทยเราจะมาทำแบบบาทลิ้มไม่ได้ ถ้าอย่างนั้นนักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวที่บาทลิ้ม จะมาเที่ยวทำไมที่ไทยล่ะ ผมเลยทำรีสอร์ทแบบย้อนยุคสมัยรัชกาลที่ 5 สมัยท่านเสด็จประพาสตามหัวเมืองต่างๆที่ทำให้กับข้าราชการบริหารทำรูปแบบย้อนยุคไปอย่างเช่น ลักษณะของกระเบื้องนี่ก็เป็นลักษณะของกระเบื้องว่าวสั่งทำที่จังหวัดอ่างทอง ก่อนจะทำก็เอารูปมาจุดกลางแจ้งบอกเสด็จพ่อ ร. 5 ว่าแผ่นดินนี้เป็นแผ่นดินของพ่อ ผมก็แค่อาศัยอยู่ชั่วชีวิตของผมก็เท่านั้น วันที่ผมกลับผมก็คืนแผ่นดินให้เหมือนเดิม แล้วอีกอย่างคนเสม็ดแต่เดิมไม่ได้อยู่ในลักษณะแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน แบบที่ผมอยู่ผมก็ไม่ได้พึ่งพาอาศัยใคร ลูกค้าแขกหาเองหมด ซึ่งเขา

ไม่เดือดร้อนเขาทำมาหากินได้ไม่ต้องพึ่งสมาคมท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด ปัจจุบันสมาคมนี้จัดตั้งมาเป็นระยะเวลา 3 ปีมาแล้ว จดทะเบียนแบบถูกต้องกฎหมาย เมื่อก่อนเป็นชมรมร้านอาหารและที่พัก ต่อมาช่วงที่มีน้ำมันรั่วเขาก็บอกว่าเป็นชมรมมันไม่ได้ผลหรือมันต้องทำเป็นสมาคมจดทะเบียนมีการรองรับ เป็นนิติบุคคล....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

2.2 ทรัพยากรธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านยังสามารถจับสัตว์น้ำโดยวิธีดั้งเดิม คือ การใช้วนน้ำตื้น ซึ่งเป็นเสน่ห์วิถีไทย วิถีท้องถิ่น และเรื่องราวของสัตว์น้ำหายากยังคงอยู่จากการถ่ายทอดจากปากสู่ปากของสมาชิกในชุมชน หากนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวจะเป็นจุดที่น่าสนใจ นอกจากนั้นพื้นที่เกาะเสม็ดยังมีนกหลายพันธุ์อาศัยอยู่ เช่น นกแก้ว (นกเงือกชนิดหนึ่ง) นกกางเขนดง และ นกตีทอง

“....คือเขาจะไปยืนมอง กลางคืนว่าไหน มันเข้าตรงไหน แล้วก็ใช้พนักงาน ลูกน้อง อะเขาไปไล่ลงไปจับวน วางดักเสร็จแล้วเขาก็จะบอกว่าให้ยืนรอล้อมตรงไหน ดักเสร็จแล้วเขาก็จะตีกลับพอดีดี กลับมานะแหละถึงมี คือแบบอยากได้ปลากินได้ตลอดเวลา มันน่าฟังไหมล่ะคะ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

“....ใช่ไงเรากำลังมองว่าถ้าเกิดนักท่องเที่ยวมาที่นี่ เขาจะไม่เคยเห็นที่อื่น อะไรอย่างนี้ ใช่แม้แต่คนไทยเองยังไม่เคยเห็นเลยนะปลาเขื่อนี่ ทุกคนเขาก็อยากลองหมดแหละ มันไม่ใช่สำคัญว่าอร่อยหรือไม่อร่อยหรือ เขาจะได้ลอง....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

“....นกตีทองเยอะเลยในสวนนี้แหละสีชมพูในสวนไอนกกินน้ำหวาน ในสวนนะมีเยอะเลย เข้าๆ คุณออกมาดูได้เข้าๆ ใ้ดอกชบาเนี่ย มาสอยน้ำหวานกัน นกตีทองนะ มันจะมี 2 สีชมพู สีเหลือง กับสีแดง เข้าๆ จะมีนกแก้ว มาหากินเม็ดผลไม้อยู่แถวนี้ ลูกยอลูกไทรอยู่แถวนี้แหละ เพลอปๆ มันลงมากินกล้วยด้วย” (ผู้ให้ข้อมูล DS04)

“....จุดดูพระอาทิตย์ตกตรงนี้สวยกว่าแหลมพรหมเทพอีก ตรงนี้นั้นจะมีพื้นที่ 4 อ่าว 3 แหลม มีอ่าวปะการัง อ่าวเตย อ่าวเจ็ก และมีปะการังรอบ เพราะฉะนั้นตรงนี้ สามารถทำ *walk rally* ได้เลย 4 อ่าวตรงนี้ นอกจากว่าคุณจะเดินจากตรงนี้เลาะไปตามหินตรงนี้ไปได้หมด มีเส้นทางเดินได้เลย เดินไป ไม่ใช่เดินธรรมดา คือ หนึ่งถ่ายรูปบนหินสวยๆ ได้ แล้วคุณเดินไปคุณตกปลาหมีได้ด้วย ตลอดทาง คนหนึ่งถ่ายรูปเก็บภาพ คนหนึ่งตกหมีไปตลอดทาง....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

2.3 เกาะเสม็ดมีวิถีประเพณีอันดีงาม ได้แก่ บุญเบิกฟ้า และประเพณีแห่เจ้าปู่ดำ ซึ่งสมาชิกชุมชนร่วมใจกันจัดและได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรมชุมชนที่เสริมสร้างความสามัคคี เป็นเวทีแสดงเอกลักษณ์ของชาวเกาะเสม็ด ประเด็นทำให้เห็นว่า ชาวเกาะเสม็ด

นั้นมีความกลมเกลียวกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

“.....เมื่อตอนมีนาคมหนูมีงานบุญเบิกฟ้า คือว่าจะมีทุกปี อันนี้พี่จะทำปีแรก เมื่อตอนเดือนมีนาที่ผ่านมานี้เอง แล้วผู้ว่าฯ ก็เลยบอกว่าให้ทำเป็นปฏิทินทุกปี ก็คือเดี๋ยวปีหน้าหนูจะดูว่าจะเอาเป็นวันอะไรเดือนอะไรดี เพราะว่าที่ผ่านมานี้ หนูเอาเดือนมีนา เพราะว่ามันเป็นฤกษ์แรก หนูก็เลยดูฤกษ์ให้มันดีไว้ก่อนคือเดือนมีนานี้ แล้วทุกคนก็จะต้องใส่ผ้าชุดไทย อันนี้ที่หนูทำนะคะ *concept* ทุกคนจะต้องใส่เป็นชุดไทยหมด....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

“..... ก็คืออย่างตอนเช้าที่ว่าการแห่พ่อปู่ดำ เช้าก็จะมีการทำบุญตักบาตรแล้วก็ก่อกองทราย อันนี้ก็เป็นประเพณีสืบต่อกันมาแต่ว่าคนก็ไม่ได้เยอะเท่าไร เสร็จแล้วหลังจากนั้นเขาก็จะแห่พ่อปู่ดำไปตามอำเภอต่างๆ ไปตามหาดต่างๆ เพื่อที่จะให้ทุกคนได้สงกรานต์อย่างเนี่ยอะคะ.....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

2.4 โรงเรียน วัด และชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดี บ้าน วัด และ โรงเรียน คือ องค์ประกอบสำคัญต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งพื้นฐานสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โรงเรียนพร้อมให้ความร่วมมือกับกิจกรรมของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนโครงการมัคคุเทศก์น้อย และการเป็นฐานจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำผ้าบาติก ในขณะที่วัดก็เป็นศูนย์กลางของชุมชน ชาวบ้านพเป็นกำลังหลักในการทำนุบำรุงวัด และชุมชนสามารถใช้พื้นที่วัดในการทำกิจกรรมต่างๆ รวม 3 องค์ประกอบนี้ได้เป็นหลักคิดแบบ “บวร” เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

“.....การที่จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมในโรงเรียน ก็ดินะครับน้องที่เข้ามาหลายคน (นั่งท่องเที่ยว) เขาเห็นความสำคัญของน้อง ๆ เพราะว่าเด็ก ๆ ที่นี้ส่วนใหญ่แล้วจะไม่ค่อยขึ้นฝั่งกันนานๆที่จะได้ขึ้น ทุกคนเต็มใจที่จะมาช่วยงานที่นี้มากกว่า ไม่ใช่ว่าเพื่อที่จะมาเที่ยวถ้าน้องมีรวมกลุ่มกันมา มาทำกันจริงๆ อย่างเช่นห้องสมุด มาปั๊บแล้วเขาจะช่วยกันแบ่งงาน แบ่งหน้าที่กันเลยครับ ทุกคนเต็มใจทำงานกัน....” (ผู้ให้ข้อมูล DS06)

“.....ถ้าเป็นต่างชาติจะเป็นเรื่องของภาษาที่จะมาทำร่วมกับน้องน้องในนี้ครับเช่นมัคคุเทศก์น้อยเราสามารถให้ชาวต่างชาติมาช่วยแนะนำภาษาให้ได้อยู่ครับ แต่ว่าถ้าเป็นน้องๆ ที่เขามาที่นี่ ถ้าเป็นคนไทยก็แล้วแต่ความถนัดของคนนั้นๆ เช่น นาฏศิลป์ เราเคยมีโครงการนาฏศิลป์จากกรุงเทพเคยเข้ามามาสอนกลองยาวสอนอยู่ 3 วันอะไรทำนองนี้ครับ น้องเขาจะรับไว้มากครับ เพราะว่า เขาจะไม่ค่อยได้เจออะไรแบบนี้ พอพี่ๆ ที่เขามาน้อง ๆ จะมีความใฝ่ใฝ่ที่จะเรียนรู้ศึกษาครับ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS06)

“....ได้รับ ผ้าบาติกเคย ถักเปียที่ว่าถักเปียหน้าหาด แต่ถ้าว่างงานพันส์ พวกอะไรพวกนี้เรายังไม่ได้แนะนำเนื่องจากว่าเด็กยังไม่ได้อยู่ในวัยสมควรที่จะไปเรียนรู้ตรงนั้นนะครับ แต่อย่างผ้าบาติกการถักเปียที่ใส่ลูกบิด นั้นแหละอันนั้นน้องสามารถที่จะสอนได้ สอนเป็นวิชาชีพสอนเป็นอาชีพได้ครับ เราก็จะมีทั้งหมดแผนไทยมีนวด แต่ว่าน้องคือแค่เรียนรู้เฉยๆ กำลังอะไรพวกนี้เขายังไม่ถึง แต่ว่าสามารถเรียนรู้ได้ครับ....” (ผู้ให้ข้อมูล DS06)

“.....วัดนี้สร้างประมาณจริงๆแล้ววัดนี้เป็นสำนักสงฆ์มา 30 ปีเพิ่งจะได้เป็นวัดประมาณ 18 ธันวาคม ปี 2555 ก็เลยเริ่มสร้างอุโบสถ คือว่าถ้าฝรั่งหรือว่านักท่องเที่ยวอยากจะมาปฏิบัติธรรมอะไรก็ได้เราก็มียุ้งพักให้ แต่ก็ขอให้แจ้งล่วงหน้า....” (ผู้ให้ข้อมูล DS01)

ตารางที่ 4 – 28 ข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์พื้นที่เกาะเสม็ด

ประเด็น	ข้อค้นพบ
ประวัติศาสตร์	เกาะเสม็ดมีประวัติศาสตร์ยาวนาน
ความสัมพันธ์ในชุมชน	ความสัมพันธ์ในชุมชนดีระหว่าง วัด ชาวบ้าน โรงเรียน
ทรัพยากรธรรมชาติ	มีหาดทรายสวยงาม พันธุ์ไม้ สัตว์
วิถีชีวิต ประเพณี	ประเพณีบุญเบิกฟ้า แห่งเจ้าปู่ดำ

3. ทศนคติความเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์พื้นที่เกาะเสม็ด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความตระหนักในประเด็นเรื่องความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเรื่องการรักษาสีสิ่งแวดล้อม คุณค่าความสวยงามของบรรยากาศชายหาดแบบธรรมชาติ การอนุรักษ์ธรรมชาติทั้งพืชและสัตว์ และการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับการพัฒนาพื้นที่เกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

“....ทางเราเองก็อยากให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างเช่นกันลากร่มก็ไม่อยากให้ลากตรงจุดนี้แล้วให้ไปรันบนอกเขตนั่นไกลออกไปจากเกาะ ตรงแถวๆ นี้ไม่ให้ลากแล้ว กระบองไฟควงไปแล้วน้ำมันก็ถึงที่พื้น เขาก็เริ่มเคลียร์ออกเรื่อย ๆ อย่างรถกอล์ฟก็กำลังเคลียร์ออกแล้วเดี๋ยวหน้าก็จะเอาออกแล้ว....” (ผู้ให้ข้อมูล DS03)

“....พร้อมเมื่อไหร่ผมจะได้พาเดิน และจุดที่นั่งสมาธิที่สุดของเสม็ด อยู่ที่นี่คือปลายแหลมตรงนี้ ไปนั่งบิ๊บบี้จะรู้เลยว่าตรงนี้ดีที่สุดแล้ว เราถึงได้พยายามเก็บความเป็นธรรมชาติไว้ เพราะที่อื่นมันก็พุดยาก อย่างอันนี้รีสอร์ทในป่าดีเขาก็ไม่ให้เข้า เพราะลูกค้า VIP เข้า....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

“.....เราทำกิจกรรมได้โดยสมาคมนักอนุรักษ์ร่วมกับ SCG หรือหน่วยงานใดผมเองก็ไม่แน่ใจ ที่เขาเข้ามาทำเรื่องของรังนกเงือกเทียม โดยได้รับความร่วมมือจาก 4 สมาคม คือสมาคมเราสมาคมของเกาะและก็อุทยาน แล้วก็ *Organizer* อย่าง SCG ซึ่งเขามีงบประมาณตรงส่วนนี้อยู่แล้ว....” (ผู้ให้ข้อมูล DS07)

บทที่ 5

สรุปผล และ อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method) ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม 1 ชุด เป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ.ระยอง เพื่อศึกษามูลเหตุปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ และเพื่อศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ด รวมถึงศึกษาความคิดเห็นของคนในพื้นที่ต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

ในการศึกษาเชิงปริมาณนั้นเป็นการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ด รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรดังกล่าว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่เกาะเสม็ด จำนวน 400 คน ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการทำแบบถามนั้นใช้วิธียื่นแบบสอบถามโดยตรงกับนักท่องเที่ยว อัตราการตอบแบบสอบถามจึงเป็นอัตราร้อยละ 100 เดิมแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว 3) ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด และ 4) ความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับรวมเท่ากับ 0.87 (โดยใช้วิธีการแบบ Cronbach 's Alpha) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ Independent Samples T-Test

ส่วนการศึกษาเชิงคุณภาพนั้น เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเกาะเสม็ดต่อการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 8 คน คือ พระภิกษุวัดเกาะแก้วพิศดาร ปราชญ์ท้องถิ่นผู้ชำนาญประวัติศาสตร์ระยองและเกาะเสม็ด ผู้แทนสมาคม

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เจ้าของกิจการที่พักประเภทราคาประหยัดชาวเกาะเสม็ดโดยกำเนิด เจ้าของกิจการร้านอาหารชาวเกาะเสม็ดโดยกำเนิด ครูโรงเรียนเกาะแก้วพิศดาร เจ้าของกิจการที่พักประเภทรีสอร์ทหรู และเจ้าหน้าที่องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัย โปรแกรม Atlas.TI Version 8 เพื่อความเที่ยงตรงในการถอดรหัสคำตอบ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ มีดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่ เกาะเสม็ด จ.ระยอง

1. ผลการศึกษาเชิงสำรวจ

เกาะเสม็ดมีกิจกรรม ประเพณี และ ทรัพยากรธรรมชาติอยู่มาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยสรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Authenticity)

1. ใส่บาตรพระบนทิวเขาตรึงใจชาวหาด
2. อาหารท้องถิ่น หมักต้มยำดำ
3. ช้อน / ตัก หมักกะตอย

1.2 ด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Knowledge, local wisdom)

1. การทำผ้าบาติก

1.3 ด้านการจินตนาการหรือสร้างสรรค์ (Imagination or Creative Event)

1. ประเพณีแห่เจ้าปู่ดาร์อบเกาะ
2. เรียนรู้วรรณกรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี

1.4 ด้านการฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐกรรม (Innovativeness)

1. ชมวิถีท้องถิ่นด้วยรถพ่วง
2. การสนทนาธรรมและ ผักทำสมาธิ

2. ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน ไม่จำกัดอายุ โดยเป็นเพศชาย 183 คน และ เพศหญิง 217 คน

2.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และสอบถามข้อมูลจากญาติมิตร
- มุลเหตุจูงใจที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด คือ การพักผ่อนหย่อนใจ
- โดยรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การเดินทางด้วยตนเอง
- จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแต่ละครั้งจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก 2-3 คน
- ระยะเวลาสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อ 1 ทริป สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ 2-3 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ มากกว่า 7 วัน
- ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเกาะเสม็ด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ รถยนต์ส่วนตัว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาด้วยรถโดยสารประจำทาง
- นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดแล้ว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดเป็นครั้งแรก

2.3 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ดนั้นแตกต่างกันระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ และระหว่างชายหญิงด้วย

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่ง และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

เมื่อใช้เกณฑ์อายุเป็นตัวชี้วัดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด พบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

อายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอายุให้น้ำหนักต่อเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มการศึกษาให้น้ำหนักต่อเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติทุกกลุ่มการศึกษาให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่สุด

2.4 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกิจกรรมการที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวไทยให้ความสนใจกิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น หมักดองน้ำดำนามากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจกิจกรรมตกบาตรริมชายหาดมากที่สุด

2.5 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Samples T-Test

ผลการวิจัยพบว่าสำหรับนักท่องเที่ยวในและนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นพอๆ กัน

2.6 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Samples T-Test

ผลการวิจัยพบว่า ความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นพอๆ กัน

3. ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

คนที่ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เกาะเสม็ดเห็นตรงกันว่าการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดกำลังเผชิญปัญหา การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเกาะเสม็ดนั้นยังอยู่ในวงแคบและภาพลักษณ์เกาะเสม็ดมีเพียงเรื่องความเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล และปัญหาใหญ่ในปัจจุบัน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุหลักของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง คือ เหตุการณ์น้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว และมาตรการรัฐในการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญจากประเทศจีน และคนเกาะเสม็ดมีความตระหนักในประเด็นเรื่องความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเรื่องการรักษาสีงแวดล้อม คุณค่าความสวยงามของบรรยากาศชายหาดแบบธรรมชาติ และการอนุรักษ์ธรรมชาติทั้งพืชและสัตว์ คนเกาะเสม็ดนั้นเห็นตรงกันว่า เกาะเสม็ดมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากเหตุผลดังนี้

- พื้นที่เกาะเสม็ดมีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีพระมหากษัตริย์ไทยเคยเสด็จถึง 4 พระองค์
- ทรัพยากรธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านยังสามารถจับสัตว์น้ำโดยวิธีดั้งเดิม คือ การใช้ฉนวนน้ำตื้น และ พื้นที่เกาะเสม็ดยังมีนกหลายพันธุ์อาศัยอยู่ เช่น นกแก้ว (นกเงือกชนิดหนึ่ง) นกนางแอ่น และ นกตีทอง
- เกาะเสม็ดมีวิถีประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ บุญเบิกฟ้า และประเพณีแห่เจ้าปู่ดำ
- โรงเรียน วัด และชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง

จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด พบว่าเกาะเสม็ดมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเกาะเสม็ดนั้นควรแบบกลุ่มเล็กเพื่อนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่เข้าถึงความเป็นวิถีท้องถิ่น และเกิดการเรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

การท่องเที่ยวโดยใช้จักรยานเป็นอีกรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่เกาะเสม็ดเนื่องจากปริมาณรถยนต์นั้นไม่มาก พื้นที่ไม่สูงชันจนเกินไป และบริเวณรอบเกาะยังอุดมไปด้วยป่าไม้ นก และสัตว์ตามธรรมชาติ

การท่องเที่ยวโดยใช้รถสามล้อพ่วงเป็นอีกกิจกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่เกาะเสม็ด และเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถปั่นจักรยานได้

การเดินเท้าท่องเที่ยวเป็นอีกกิจกรรมที่เกาะเสม็ดมีศักยภาพรองรับ และเกาะเสม็ดมีทรัพยากรมากเพียงพอสำหรับการออกแบบเส้นทางเดินเท้าให้มีความน่าสนใจ เช่น สมุนไพรรหาดสวย

จากการศึกษาแนวทางการจัดการมกการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด ผู้วิจัยพบว่าเกาะเสม็ดมีวิถีท้องถิ่นหลายอย่างที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ได้แก่

1. ใส่บาตรพระบิณฑบาตบริเวณชายหาด
2. อาหารท้องถิ่น หมักดองน้ำดำ
3. ช้อน / ตัก หมักกะตอย
4. การทำผ้าบาติก
5. ประเพณีแห่เจ้าปู่ดาร์อบเกาะ
6. เรียนรู้วรรณกรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี
7. ชมวิถีท้องถิ่นด้วยรถพ่วง
8. การสนทนาธรรมและ ผูกทำสมาธิ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา

จากการศึกษาพบว่า แนวทางและแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา สมาชิกชุมชนนั้นมีความกลมเกลียวกันในระดับดี และได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมประกอบการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด และ ปตท.จีซี เป็นต้น อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ทุกภาคฝ่ายต้องวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการอย่างรัดกุม ซึ่งควรประกอบด้วยแผนกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. การเสริมสร้างองค์ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ร้านจำหน่ายของที่ระลึก มัคคุเทศก์ ผู้นำและสมาชิกชุมชน
2. การพัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และ วิถีชีวิต
4. การสร้างการรับรู้ให้แก่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์
5. การสร้างความปรองดองระหว่างชุมชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่ เกาะเสม็ด จ.ระยอง

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดที่กำลังประสบปัญหา นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ขณะเดียวกันปัจจัยด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความมีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้เนื่องจากเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวหลักในเกาะเสม็ดยังคงเป็นเรื่องการพักผ่อนหย่อนใจ และเกาะเสม็ดมีชื่อเสียงในแง่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามและอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครมานาน ทำให้นักท่องเที่ยวยังจดจำภาพลักษณ์แบบเดิมอยู่ อย่างไรก็ตาม การได้รับการจดจำภาพลักษณ์ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทางทะเลไม่ได้ส่งผลต่อการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์แต่อย่างใด ในทางตรงกันข้ามกลับส่งผลบวกเนื่องจากสามารถประชาสัมพันธ์ต่อยอดได้โดยไม่ต้องเริ่มใหม่จากศูนย์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากศูนย์นั้น ต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

พื้นที่เกาะเสม็ดมีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านยังจับสัตว์น้ำโดยวิธีดั้งเดิมซึ่งเป็นเสน่ห์วิถีไทย วิถีท้องถิ่น เกาะเสม็ดยังมีวิถีประเพณีอันดีงาม ได้แก่ บุญเบิกฟ้า และประเพณีแห่เจ้าปู่ดำ ซึ่งสมาชิกชุมชนร่วมใจกันจัดเป็นกิจกรรมชุมชนที่เสริมสร้างความสามัคคี และโรงเรียน วัด และชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื่องจากบ้าน วัด และ โรงเรียน คือ องค์ประกอบสำคัญต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นพื้นฐานสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง

รูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ. ระยอง คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แม้เกาะเสม็ดจะประสบปัญหาด้านขาดด้านลบแต่หากสร้างกิจกรรมที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ก็จะสามารถฟื้นฟูการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและไม่อ่อนไหวต่อกระแส เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างความรู้สึกรักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันกระทำความดีๆ คืนสู่สังคม ได้เข้าถึงความเป็นท้องถิ่นอย่างแท้จริง และได้ร่วม

เรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้คนที่ท้องถิ่น จึงสรุปว่าได้ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์จะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวและเป็นกลไกแก้ไขปัญหาให้เกาะเสม็ดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา

แนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เกาะเสม็ด คือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการขนส่งบนเกาะ หน่วยงานราชการ และชมรมการท่องเที่ยวท้องถิ่นเกาะเสม็ด เพื่อให้ทุกส่วนของสังคมมีความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของกิจกรรม กิจกรรมเด่นที่นักท่องเที่ยวสนใจต้องได้รับการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้และต้องมีการสืบทอดกิจกรรมจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ไม่มองัดความรู้นั้นสูญหายไป และทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวมีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสำรวจยืนยันได้ว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังเกาะเสม็ดยังเป็นเพราะเกาะเสม็ดมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล มีหาดทรายสวย อย่างไรก็ตามการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ก็อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถทำได้ เนื่องจากเกาะเสม็ดมีทรัพยากรเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีชีวิต ประเพณี ทรัพยากรทางธรรมชาติ อีกทั้งสมาชิกในชุมชนยังรวมตัวกันเข้มแข็ง และพร้อมรับหากจะมีการเพิ่มทางเลือกการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เมื่อนักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้น

นักท่องเที่ยวมีความสนใจในระดับน่าพอใจ เมื่อมีการเสนอชื่อกิจกรรมที่จะพัฒนาสำหรับเกาะเสม็ด อาทิ การดำน้ำตื้นในยามเช้าริมชายหาด หรือ อาหารพื้นถิ่น เช่น หมักต้มยำน้ำดำ

2. ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์

เกาะเสม็ดนั้นมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ด้วยความได้เปรียบในด้านความสวยงามของพื้นที่ และ ระยะทางที่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร และ ชลบุรี ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างไม่ยากนัก เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเสม็ดเป็นไปอย่างรอบคอบ และรัดกุม ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของเกาะเสม็ด โดยใช้หลักการวิเคราะห์แบบ SWOT

Strengths – จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

- ใกล้กรุงเทพมหานคร และใกล้จังหวัดชลบุรี
- ทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม
- วิถีชีวิตท้องถิ่น
- ประเพณี
- อาหารพื้นถิ่น
- ชุมชน บ้าน โรงเรียน มีความสัมพันธ์ที่ดี

Weaknesses – จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

- ชุมชนส่วนใหญ่ไม่คงสภาพชุมชนชายหาดแบบดั้งเดิม
- ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานราชการ
- ผลประโยชน์ในเรื่องการให้บริการสาธารณะ

Opportunities – โอกาสที่จะดำเนินการได้

- นโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- จังหวัดมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามจากภายนอก

- ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานราชการ
- ข่าวอุบัติเหตุน้ำมันรั่วไหล
- ภาพลักษณ์ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ผลการทำวิเคราะห์แบบ SWOT แสดงให้เห็นว่า เกาะเสม็ดมีจุดแข็งที่น่าสนใจ และมากเพียงพอต่อการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนนั้น ความสัมพันธ์ในชุมชน เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ ในพื้นที่เกาะเสม็ดนั้น สมาชิกชุมชนมีความสัมพันธ์กันดี แม้จะมีความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานบ้างแต่อยู่ในระดับที่ประนีประนอมได้

ในด้านจุดอ่อนของเกาะเสม็ด คือ ประเด็นสภาพชุมชนที่ไม่เหลือความเป็นหมู่บ้านบนเกาะแล้ว แต่เป็นชุมชนเมืองย่อยๆ ผู้วิจัยมองว่า เป็นจุดอ่อนไม่ได้มีนัยสำคัญมากนัก เนื่องจากการจัดกิจกรรมนั้น

สามารถทำที่วัด หรือ ที่บริเวณโรงเรียนได้ บางกิจกรรมเหมาะสมที่จะจัดกิจกรรมบริเวณใกล้ชายหาด เช่น กิจกรรมช้อนหมึก ช้อนปลา เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เห็นว่า ปัจจัยภายนอกนั้นเอื้อต่อการพัฒนาเกาะเสม็ดเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นนโยบายของรัฐเรื่องส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือแม้แต่นโยบายของจังหวัดที่มีแผนแม่บทพัฒนาจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เมื่อวิเคราะห์อุปสรรคที่เกาะเสม็ดต้องรับมือ คือ ประเด็นปมความขัดแย้งในพื้นที่ระหว่างหน่วยงานราชการ จะเห็นว่าปัญหานี้กำลังได้รับการแก้ไขโดยวิธีประนีประนอมและเจรจา ดังนั้นหากเกาะเสม็ดจะถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ความขัดแย้งจะอยู่ในระดับที่ควบคุมได้

ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ว่า เกาะเสม็ดนั้นมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการพัฒนาเกาะเสม็ดเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดเพื่อสร้างกิจกรรมขึ้น
2. ต้องมีการเสริมความเข้าใจให้แก่ชุมชน รวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รถบริการ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และบริษัททัวร์ท้องถิ่นหากมี ในประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
3. จะต้องมีการทำ onsite training กับชุมชนเมื่อให้เกิดความคุ้นเคยกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ทั้งในด้านปรัชญาและกระบวนการดำเนินการกิจกรรม

บรรณานุกรม

- ผศ.ดร.ธีระ สนิเดชารักษ์ และ ดร.นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวความพร้อมของเจ้าของกิจกรรมและความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2559 จาก <http://www.dasta.or.th>.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2556). โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2559 จาก <http://www.dasta.or.th>.
- ห้าวหาญ ทวีแสง. (2555). "การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจนิกเทศบาลนครยะลา". รายงานการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 10 ประจำปี 2555, 16 สิงหาคม 2555 ห้องประชุมอมราวดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ นครสวรรค์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). การแถลงทิศทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2560. 11 กรกฎาคม 2559 ณ ห้องแพลนนาเรีย ฮอลล์ 2 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์.
- การสัมมนาและนิทรรศการความรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก. (2559). "Grow Green Together, Travel Forever" วันอังคารที่ 26 เมษายน 2559 ห้องประชุม The Chamber ชั้น B โรงแรม S31 สุขุมวิท 31 กรุงเทพมหานคร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). โครงการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึกปี 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://tatic.tourismthailand.org>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ ตามลักษณะประชากรศาสตร์และคุณลักษณะเชิงจิตวิทยา. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal?catid=0&id=590>
- วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนาง. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2554). ท่องเที่ยวสร้างสรรค์: เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2559 จาก <http://doc.qa.tu.ac.th>.

ไทรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน และ ชุติมา รุ่งประพันธ์. (2014). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

ชวัลนุช อุทยาน. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2559 จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.

เฉลียว ราชบุรี, 2549., ประวัติศาสตร์เมืองระยอง, ม.ป.พ., หน้า 6-45.

เฉลียว ราชบุรี, 2553., ภาพเก่าเล่าเรื่องเมืองระยอง, องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง หน้า 102-156.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2016). แนวคิดท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2559 จาก <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com>.

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2559 จาก http://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.WP3QItSGNNF.

UNWTO. (2005). Sustainable Tourism Definition. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006.

The Canadian Tourism Commission Toolkit. (2014). What is Experiential Tourism? (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2559 จาก <http://experientialtourism.ca>.

Global Sustainable Tourism Council. (2016). GSTC Destination Criteria (หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว). สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://www.gstcouncil.com>.

- Diaz, J., (2016). Leaping Into the Unknown: Expanding the Boundaries of a Travel Brand. Australia Tourism Summit 2016. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก http://www.tourism.australia.com/documents/Event/Joe_Diaz_-_AFAR_FINAL.pdf
- Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS News no. 23, pp. 16-20. ISSN 1388-3607.
- Scott A. Cohen, Girish Prayag & Miguel Moital. (2014) Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities, Current Issues in Tourism, 17:10, 872-909, DOI: 10.1080/13683500.2013.850064.
- Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12.
- Binder, Regina (2008) Sense of Place in Sustainable Tourism Development. In: 16th ICOMOS General Assembly and International Symposium.
- UNWTO/GTERC. (2016). Annual Report on Asia Tourism Trends – 2016 Edition. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://asiapacific.unwto.org/publication/unwtogterc-annual-report-asia-tourism-trends-2016-edition>.
- Sawler H. (2016). Have you heard the buzz about “Experiential Tourism”? : Case Study “Tourism Connect - Cape Breton Tourism, A Connected Island”. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2559 จาก <http://dcba-info.com/product-development/have-you-heard-the-buzz-about-experiential-tourism>.
- Cohen, E. 1979. ‘A Phenomenology of Tourist Experience’, Sociology, 13, p. 179-201.
- Perreault, W. D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. 1979., A Psychological Classification of Vacation Life-styles’, Journal of Leisure Research, 9, p. 208-224.
- ICOMOS. (2008). Sense of Place in Sustainable Tourism Development. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 จาก https://www.icomos.org/quebec2008/cd/toindex/77_pdf/77-nC8r-142.pdf.
- ICOMOS. (2002). Sustainable Tourism Definition. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 <https://www.slideshare.net/mariellameva/icomos-15499968>.
- Okanagan Experiential Tourism. (2014) “What is Experiential Tourism”. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 จาก <http://experientialtourism.ca/info/what-is-experiential-tourism/>.
- Nature and Outdoor Tourism Ontario. (). What is Experiential Tourism? สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 จาก https://noto.ca/info_for_your_business/experiential_tourism.

SKIFT. (2014). The Rise of Experiential Travel. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 จาก

<https://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก นิยามคำศัพท์

คำศัพท์	นิยาม
การท่องเที่ยว	การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพเป็น หลักฐานหรือไปพักผ่อนอยู่เป็นการถาวร (องค์การสหประชาชาติ, 2506)
นักท่องเที่ยว	ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ (องค์การสหประชาชาติ, 2506)
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง (ชวลนุช อุทยาน, 2009)
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนเจ้าของพื้นที่และนักท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป บนพื้นฐานวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น (องค์การสหประชาชาติ, 2548)
การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	การท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมที่สร้างความทรงจำที่ดี โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ต้องออกแบบให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กัน และสร้างความประทับใจ การรับรู้ ทั้งระดับกายภาพ อารมณ์ และจิตวิญญาณ (องค์การท่องเที่ยวแคนาดา, 2558)
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาขีดความสามารถสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว (เรย์มอนด์ (เรย์มอนด์ และ ริชาร์ด,2000)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน	การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (ดร. วีระพล ทองมา,) การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน" โดยมองว่า การท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้ง การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ
Global Sustainable Tourism Council (GSTC)	GSTC เป็นองค์กรสากลที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความความยั่งยืนและเป็นสากล GSTC ก่อตั้งโดยการรวมตัวขององค์กรหลากหลายทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์และดำเนินการทำงานเพื่ออนุรักษ์ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและสร้างความมั่นใจว่าวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน หน่วยงานภายใต้องค์การสหประชาชาติที่ร่วมก่อตั้ง GSTC เช่น โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) หรือ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO)
การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์	การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาขีดความสามารถสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็เน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมที่สร้างความทรงจำที่ดีผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กัน และสร้างความประทับใจ การรับรู้ ทั้งระดับกายภาพ อารมณ์ และจิตวิญญาณ (ดร. นิธิกานต์ ประไกรวัน , 2560)

ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.871	.870	22

ภาคผนวก ค แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ เกาะเสม็ด จ. ระยอง
A questionnaire survey to find out opinions of tourists toward creative experiential
tourism at Samed Island, Rayong province

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม / **Part 1 General information**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☐ ลงให้ช่องหน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนบุคคลของท่านมากที่สุด

เพียงช่องเดียวเท่านั้น / Please mark on ☐ that best describes your response to the following information.

1. เพศ / Gender

- ☐ 1. ชาย / Male ☐ 2. หญิง / Female

2. อายุ / Age

- ☐ 1. ไม่เกิน 30 ปี / < 30 yrs ☐ 2. 31-40 ปี / 31-40 yrs ☐ 3. 41-50 ปี / 41-50 yrs ☐ 4. 51 ปีขึ้นไป > 51 yrs

3. สถานภาพสมรส / Marital Status

- ☐ 1. โสด / Single ☐ 2. สมรส / Married ☐ 3. หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ / Divorced / Widowed / Separated

4. ระดับการศึกษา / Education

- ☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / lower than senior high school
☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / senior high school
☐ 3. อนุปริญญา / Certificate
☐ 4. ปริญญาตรี / Bachelor Degree
☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี / higher than Bachelor Degree

5. อาชีพ / Occupation

- ☐ 1. นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา / Student ☐ 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ / Public Servant / State Enterprise
☐ 3. พนักงานบริษัท / Company Employee ☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว / Business Owner
☐ 5. พ่อบ้าน/ แม่บ้าน / Housewife/husband ☐ 6. รับจ้างทั่วไป / Freelancers
☐ 7. เกษียณอายุ / Retired ☐ 8. อื่น ๆ (ระบุ) / Others

6. รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย / Average Monthly Income

- ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท / < 500USD ☐ 2. 15,000-35,000 บาท / 501-1000 USD
☐ 3. 35,001-55,000 บาท / 1001 – 1500 USD ☐ 4. 55,001-75,000 บาท / 1501 – 2500 USD
☐ 5. 75,001 บาทขึ้นไป / > 2501 USD

7. โปรดระบุสัญชาติของท่าน / Please indicate your nationality.

.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด / Part 2 Tourist's Behaviour

8. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

How do you receive tourism information? (you may choose more than 1 option)

- ☐ 1. ญาติ / เพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิด / Word of Mouth, Friends, Relatives
- ☐ 2. สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ / Printed Media
- ☐ 3. สื่อวิทยุ โทรทัศน์ / Mass Media
- ☐ 4. สื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media and Internet
- ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) / Others

9. มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

Motivation to travel (you may choose more than 1 option)

- ☐ 1. ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (เล่นน้ำ)/ Leisure travel (beach vacation)
- ☐ 2. ท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา / Sport trip
- ☐ 3. ท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม / Cultural trip
- ☐ 4. ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น / To learn local way of living
- ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) / Others

10. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรูปแบบไหน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

How to you organize your trip (you may choose more than 1 option)

- ☐ 1. เดินทางด้วยตนเอง / Plan your own trip
- ☐ 2. ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว / Tour company service
- ☐ 3. เดินทางเป็นหมู่คณะประจำปีกับบริษัท/องค์กร / Incentive trip organized by company
- ☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ) / Others

11. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด / Number of members in a group when travelling

- ☐ 1. เดินทางคนเดียว / Solo traveller
- ☐ 2. 2- 3 คน / 2-3 people
- ☐ 3. 4- 5 คน / 4- 5 people
- ☐ 4. 6- 7 คน / 6-7 people
- ☐ 5. 8- 9 คน / 8-9 people
- ☐ 6. มากกว่า 9 คนขึ้นไป / more than 9 people

12. ระยะเวลาสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1 ทริป / Duration of the trip

- ☐ 1. น้อยกว่า 3 วัน / less than 3 days
- ☐ 2. 3 - 5 วัน / 3-5 days
- ☐ 3. 6 - 7 วัน / 6-7 days
- ☐ 4. มากกว่า 7 วัน / longer than 7 days

13. ยานพาหนะในการเดินทางมาเกาะเสม็ด / Transportation to Koh Samed

- ☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว / private car
- ☐ 2. รถบริษัทนำเที่ยว / Tour company vehicle
- ☐ 3. รถโดยสารสาธารณะ / Public transportation
- ☐ 4. รถจักรยานยนต์ / รถจักรยาน / Motorbike or bicycle
- ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) / Others

14. ความถี่ในการเดินทางมาเกาะเสม็ด / How often do you visit Koh Samed?

- ☐ 1. มาเสม็ดเป็นครั้งแรก / First time visit
- ☐ 2. 2-3 ครั้ง / 2- 3 times
- ☐ 3. 4-5 ครั้ง / 4-5 times
- ☐ 4. มากกว่า 5 ครั้ง / more than 5 times

ตอนที่ 3 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ด

Factors influencing tourist decision to travel to Koh Samed

คำชี้แจง โปรดพิจารณาว่าในแต่ละข้อคำถามต่อไปนี้ ท่านมีการตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย ☐ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์เพียงคำตอบเดียว ดังนี้

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

Explanation: Please consider each of the following factors that influence your decision to travel to each destination. Please mark on • that best describes a degree of influence, **5: the most and 1: the least.**

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยว Factors influencing tourist decision to travel to a destination	ระดับการตัดสินใจ Degree of Influence				
	5	4	3	2	1
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว / Ascetic aspect of the destination					
2. ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว Reputation and positive image of the destination					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นต้น Facilities at the destination such as restaurant, toilet etc.					
4. ความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจราจรหรือระบบการสื่อสาร เป็นต้น Appropriate infrastructure at the destination such as local traffic or communication system etc.					
5. ความหลากหลายของสินค้าหรือของที่ระลึก Variety of goods and souvenirs.					
6. การจัดตั้งศูนย์บริการและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา Tourist Information and Assistance Center.					

7. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว Advertisement and promotion of the destination.					
8. ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว Staff service at the destination.					
9. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์ A destination offers new and creative tour activities.					
10. แหล่งท่องเที่ยวมีเส้นทาง และ กิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย A Destination offers different tourist routes and activities.					

ส่วนที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด

Part 4 Creative experiential tourism at Koh Samed

คำชี้แจง โปรดพิจารณาว่าในแต่ละข้อคำถามต่อไปนี้ ท่านมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์เกาะเสม็ดอยู่ในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย ☐ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์เพียงคำตอบเดียว ดังนี้

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

Explanation: Please consider each of the following activities that interest you. Please mark on that best describes a degree of influence, **5: the most and 1: the least.**

ท่านสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้หรือไม่ Are you interested in the following activity?	ระดับความสนใจ Degree of Interest				
	5	4	3	2	1
ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นต้นแบบอย่างแท้จริง / Authenticity					
1. ใส่บาตรพระบนชายหาดบริเวณชายหาด / Alms offering at the beach					
2. อาหารท้องถิ่น หมึกต้มน้ำดำ / Local dish "Muek Nam Dam"					
3. ช้อน / ตัก หมึกกะตอย / Catch baby squid using local technique					
ด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น / Knowledge, local wisdom					
1. การทำผ้าบาติก / Batik making					
ด้านการจินตนาการหรือสร้างสรรค์ / Imagination or Creative Event					
1. ประเพณีแห่เจ้าปู่ดาร์อบเกาะ / Chao Poo Dam Festival					
2. เรียนรู้วรรณกรรมท้องถิ่น พระอภัยมณี / local literature "Pra Abhaimanee"					
ด้านการฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม / Innovativeness					
1. ชุมวิถีท้องถิ่นด้วยรถพ่วง / local way of life by local tri-wheel truck					
2. การสนทนาธรรมและ ฟีกทำสมาธิ / Dharma talk and basic meditation					

ภาคผนวก ง

แบบสัมภาษณ์

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. เกาะเสม็ดมีประเพณีประจำปีหรือไม่

.....

.....

.....

3. เกาะเสม็ดมีชุมชนมานานแค่ไหน

.....

.....

.....

4. เกาะเสม็ดยังมีคนหาปลา ตกหมึก หรือ หาकिनแบบเดิมๆ หรือไม่

.....

.....

.....

5. ธรรมชาติในเกาะเสม็ดมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

6. หากเกาะเสม็ดจะมีกิจกรรมเพิ่มจากการที่มีหาดสวย ท่านคิดเห็นอย่างไร

.....

.....

.....

7. หากนักท่องเที่ยวอยากเรียนรู้วิถีท้องถิ่นชาวเกาะเสม็ด ท่านคิดเห็นอย่างไร

.....

.....

.....

แบบสรุปปิดโครงการวิจัย (จัดทำแยกต่างหากจากรายงานฉบับสมบูรณ์)

สัญญาเลขที่ TRG5780224 ชื่อโครงการ โครงการ กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์:
กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง หัวหน้าโครงการ ดร. จินิกานต์ ประไกรวัน
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยบูรพา โทรศัพท์ โทรสาร
อีเมล tinikan@buu.ac.th
สถานะผลงาน ☒ ปกปิด ☐ ไม่ปกปิด

ความสำคัญ / ความเป็นมา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แหล่งท่องเที่ยวต้องปรับตัวเพื่อพัฒนาแหล่งและกิจกรรมให้
สอดคล้องและตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ พื้นที่ เกาะเสม็ด จ.ระยอง
2. เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ของพื้นที่เกาะเสม็ด จ.
ระยอง
3. เพื่อจัดทำแนวทางและแผนกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา

ผลการวิจัย (สั้น ๆ ที่บ่งชี้ประเด็นข้อค้นพบ กระบวนการ ผลผลิต และการเรียนรู้)

เกาะเสม็ดมีกิจกรรม ประเพณี และ ทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่าง
สร้างสรรค์ สมาชิกในชุมชนเห็นพ้องในการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวที่เคย
เดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดแสดงความสนใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวแนวใหม่ แนวทางและกลยุทธ์การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิง
ประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมต้องประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างองค์ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่าง
สร้างสรรค์ให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ร้านจำหน่าย
ของที่ระลึก มัคคุเทศก์ ผู้นำและสมาชิกชุมชน 2) การพัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ 3) การ
อนุรักษ์ทรัพยากรทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และ วิถีชีวิต 4) การสร้างการรับรู้ให้แก่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่าง
สร้างสรรค์ และ 5) การสร้างความปรองดองระหว่างชุมชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

คำสืบค้น (Keywords)

ท่องเที่ยวยั่งยืน ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์
Sustainable Tourism, Creative Tourism, Experiential Tourism, Creative Experiential Tourism

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (ดูคำจำกัดความ และตัวอย่างด้านหลังแบบฟอร์ม)

☐ ด้านนโยบาย โดยใคร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง).....
มีการนำไปใช้อย่างไร

.....
.....

☐ ด้านสาธารณะ โดยใคร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง)
 มีการนำไปใช้อย่างไร

☐ ด้านชุมชนและพื้นที่ โดยใคร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง)
 มีการนำไปใช้อย่างไร

☒ ด้านพาณิชย์ โดยใคร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง) ไทยแลนด์ กรีน ไรต์
 มีการนำไปใช้อย่างไร
 โครงการกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์: กรณีศึกษาพื้นที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้ทำการลง
 สำรวจพื้นที่เกาะเสม็ดเพื่อค้นหาศักยภาพของพื้นที่ ไทยแลนด์ กรีน ไรต์ ซึ่งเป็นบริษัททัวร์ที่นำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสำหรับทั้งชาวไทย
 และ ชาวต่างประเทศ ได้ขอข้อมูลการลงสำรวจพื้นที่เพื่อนำไปพิจารณาสร้างเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น
 จันทบุรี กรุงเทพมหานคร และ พัทยา เพื่อเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพสูง และสนใจการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

☐ ด้านวิชาการ โดยใคร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง)
 มีการนำไปใช้อย่างไร (กรุณาให้ข้อมูลเจาะจง)

☐ ยังไม่มีการนำไปใช้ (โปรดกรอกในกรอบถัดไป)

(กรณีที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์) ผลงานวิจัยมีศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์

☐ ด้านนโยบาย ☐ ด้านสาธารณะ ☐ ด้านชุมชนและพื้นที่ ☐ ด้านพาณิชย์ ☐ ด้านวิชาการ

ข้อเสนอแนะเพื่อให้ผลงานถูกนำไปใช้ประโยชน์

การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ (กรุณาให้รายละเอียด พร้อมแนบหลักฐาน)

1. สิ่งพิมพ์ หรือสื่อทั่วไป
☐ หนังสือพิมพ์ ☐ วารสาร ☐ โทรศัพท์ ☐ วิทยู ☐ เว็บไซต์ ☐ คู่มือ/แผ่นพับ ☐ จัดประชุม/อบรม ☐ อื่น ๆ

2. สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ (วารสาร, การประชุม ให้ระบุรายละเอียดแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง เพื่อการค้นหาซึ่งควรประกอบด้วย
 ชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง แหล่งพิมพ์ ปี พ.ศ. (ค.ศ.) ฉบับที่ หน้า)

