

รายงานการวิจัย  
เรื่อง การรับรู้สารสนเทศและเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ของเยาวชน



ศูนย์บัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้งบประมาณเงินรายได้  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เงินรายได้คณะมนุษยศาสตร์)  
ประจำปี 2562

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการรับรู้สารสนเทศและเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน 2) เพื่อศึกษาเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและอายุ และ 4) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเยาวชน จำนวน 400 คน

ผลจากการวิจัยปรากฏดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีและส่วนใหญ่อายุ 15 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50 และอายุ 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.50

2. การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้

3. เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยภาพรวมข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับเจตคติสูงที่สุด มีค่าอยู่ในระดับดีมาก การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น รองลงมาคือ ค่าเฉลี่ยเจตคติอยู่ในระดับดี คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยเจตคติต่ำที่สุด มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง คือ การท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ

4. การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศ พบว่า เยาวชนที่เพศต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามอายุ พบว่า เยาวชนที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นสูง



## สารบัญ

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| 1 บทนำ.....  | 1    |
| ภูมิหลัง .....   | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....                              | 5    |
| ความสำคัญของการวิจัย.....                                  | 5    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                     | 5    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                      | 8    |
| ทฤษฎีการรับรู้.....  | 8    |
| การรับรู้สารสนเทศ .....                                    | 11   |
| แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ .....                                | 15   |
| การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....                          | 22   |
| เยาวชนกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ..... | 24   |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....                                  | 31   |
| ประชากรที่ใช้ในการวิจัย .....                              | 31   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....                           | 32   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย.....                              | 33   |
| การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....                               | 33   |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                                | 36   |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....                   | 36   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                                  | 37   |
| 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....                        | 55   |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                               | 55   |
| วิธีดำเนินการวิจัย .....                                   | 55   |
| สรุปผลการวิจัย .....                                       | 57   |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| อภิปรายผล .....                   | 60        |
| ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ..... | 63        |
| <b>บรรณานุกรม.....</b>            | <b>64</b> |
| <b>ภาคผนวก.....</b>               | <b>70</b> |
| แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....       | 71        |
| <b>ประวัติย่อผู้วิจัย .....</b>   | <b>78</b> |



## บัญชีตาราง

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 1     | ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....   | 37   |
| 2     | ผลการวิเคราะห์การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนโดย<br>ภาพรวมและรายด้าน.....   | 38   |
| 3     | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิง<br>สร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้.....                                   | 39   |
| 4     | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิง<br>สร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้.....                                   | 41   |
| 5     | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิง<br>สร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้.....                                 | 42   |
| 6     | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิง<br>สร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้.....                                  | 43   |
| 7     | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน<br>.....   | 44   |
| 8     | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>ของเยาวชนจำแนกตามเพศ.....  | 46   |
| 9     | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>ของเยาวชนจำแนกตามช่วงอายุ.....   | 47   |
| 10    | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับ<br>เจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน.....                                 | 48   |
| 11    | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน<br>เนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน<br>..... | 49   |
| 12    | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน<br>วัตถุประสงค์ของการรับรู้กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน<br>..... | 51   |

|    |   |    |
|----|---|----|
| 13 | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน<br>ประเภทของสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ<br>เยาวชน..... | 53 |
| 14 | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน<br>แหล่งหรือช่องทางที่รับรู้กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน           | 54 |



## บัญชีภาพประกอบ

| ภาพ |   | หน้า |
|-----|---|------|
| 1   | กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                            | 7    |
| 2   | องค์ประกอบพื้นฐานของระบบการรับสมัครและการรับรู้ ..... | 9    |





## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

การรับรู้สารสนเทศ เป็นกระบวนการที่สารสนเทศเคลื่อนไปสู่ผู้รับ โดยเกิดจากที่ผู้รับให้ความสนใจ เลือกรวบรวม และสร้างความหมายให้กับสารสนเทศที่ได้รับมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสารสนเทศ เมื่อผู้รับสารสนเทศสามารถทำความเข้าใจและสามารถตีความในเนื้อหาสารสนเทศที่ส่งไป ทำให้เกิดความรู้อะไรหรือความคิดใหม่ ซึ่งเท่ากับว่าได้เกิดการสื่อสารระหว่างแหล่งข่าวหรือแหล่งสารสนเทศกับผู้รับสารสนเทศนั้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (นุชรี บุญศรีงาม, 2550, น.10; ธนิญา ชีรัตน์, 2554, น.17; ชัชวาล วงศ์ประเสริฐ, 2548, น. 87; อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2546, น. 10-11) ซึ่งการรับรู้สารสนเทศมีความสำคัญคือ จะช่วยทำให้ผู้รับมีรู้เท่าทันข่าวสาร มีความทันสมัย ช่วยในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม พัฒนาคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพของงาน ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และสร้างสิ่งใหม่ๆ ท้นกับความต้องการและความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (มณฑิรา พานิชย์, 2545, น. 19-21) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรับรู้สารสนเทศ เป็นประเด็นสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับบุคคลทุกคนในการพัฒนาตนเอง พัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม และส่วนรวม ตลอดจนในระดับชาติ ซึ่งต้องการความร่วมมือของบุคคลในชาติในการที่จะพัฒนาส่วนต่างๆ ของประเทศให้ประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้า ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งกำลังได้รับความสนใจและเป็นวาระในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีความเกี่ยวข้องกับทุกชนชั้นและชุมชนทุกส่วนของประเทศ เป็นทิศทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ มีพัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบเดิม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการสร้างคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ถือเป็นกระบวนการทัศน์และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันซึ่งแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบเดิมที่ผู้ท่องเที่ยวเป็นแต่เพียงผู้ชม และถ่ายภาพอยู่ห่างๆ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว (Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (Host) ส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผ่าน

ประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ ในพื้นที่ท่องเที่ยวซึ่งรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน ก่อให้เกิดความจดจำ และประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555, น. 97; สุตแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพละกุล และ ชีระสินเดชารักษ์, 2556, น.ช) จากสภาพปัจจุบันของประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถช่วยส่งเสริมกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับประเทศที่สร้างมูลค่าอย่างมากมายมหาศาล มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลก 2 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของการท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าจากความคิดของมนุษย์ ซึ่งในประเทศไทยนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น หลายหน่วยงานในไทยกำลังให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก (สุพัตรา จิตรระกุล และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2562, 47; ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555, น. 92)

การที่จะส่งเสริมหรือพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเริ่มต้นจากการปลูกฝังคนในประเทศให้มีความรู้และเกิดจิตสำนึก เห็นคุณค่าของวัฒนธรรม และวิถีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเสียก่อน โดยเริ่มจากการสื่อสารข้อมูลและสารสนเทศให้กับคนไทยได้มีโอกาสรับรู้และเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “เยาวชน” ซึ่ง คมสิทธิ เกียรติวัฒนา และกฤติกา สายณะรัตน์ชัย (2561) ได้ชี้ให้เห็นว่า เยาวชนเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศชาติในด้านต่างๆ ในอนาคต และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดความยั่งยืน และในทางกลับกัน การท่องเที่ยวก็มีส่วนช่วยในการพัฒนาเยาวชนเป็นอย่างมาก ในการได้รับความรู้ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ได้เรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลให้เยาวชนได้รับการพัฒนาตนเองไปในทิศทางที่ดีสอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และรู้จักตระหนักเห็นคุณค่าและช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น นอกจากนี้ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2559, น. 43) ได้วิเคราะห์สภาพการณ์เกี่ยวกับคนไทยส่วนใหญ่ที่ยังมีปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรม และไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต และการมีจิตสาธารณะ กระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยในสังคมที่เป็นยุคดิจิทัล ส่งผลให้ค่านิยมในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คนไทยบางส่วนไม่สามารถเลือกรับปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่งผลให้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เป็นรากเหง้า

ของคนไทยถูกกลืนโดยวิถีชีวิตแบบใหม่ สะท้อนถึงคนไทยยังขาดทักษะในการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดีจากต่างประเทศมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ละทิ้งค่านิยมที่ดั้งเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยและลดคุณค่าของความเป็นไทย จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการปรับเปลี่ยนให้คนมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคมไทย ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้สอดคล้องกับที่ ฎริวัจน์ เดชอุ่ม (2556, น. 357-358) ได้กล่าวถึงอุปสรรคหนึ่งที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาครัฐ คือ ความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ของชุมชน การขาดความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม การเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นรูปแบบที่ใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led tourism) และวัฒนธรรมเป็นฐาน (Culture-based tourism) โดยเฉพาะวัฒนธรรมชีวิตประจำวันที่มีความใกล้ชิดกับโลกประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และใช้เป็นปัจจัยในการสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว และจากการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา โฮงมูนมั่งเมืองขอนแก่นของ สุพัตรา จิงตระกูล และสภาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2562, น. 50) ได้เสนอแนะองค์ประกอบหลักประการหนึ่งที่จะนำมาปรับใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง นำหลักสูตรท้องถิ่น ความรู้ภูมิปัญญา ปรากฏชาวบ้าน วิถีอีสาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งเป็นมรดกบนต้นทุนทางวัฒนธรรมของชาวอีสานมาถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เยาวชน โดยสอดแทรกในการเรียนการสอน เพื่อเกิดการซึมซับวัฒนธรรมวิถีชีวิตอีสานให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ได้อนุรักษ์สืบสานต่อไป

จากการทบทวนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและการท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่ามีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาในประเด็นที่น่าสนใจ ได้แก่ งานวิจัยของ ธาวิษ ถนอมจิตต์ (2558) ศึกษา รูปแบบการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชนในเขตจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าตัวแทนเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ในหัวข้อการสร้างควมสามัคคีในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว และงานวิจัยของ ชลลดา มงคลวนิช และรัตนารักษ์ ชาติวงศ์ (2558) ศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อแหล่ง มรดกโลกทางวัฒนธรรม: อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา พบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่ทราบว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากทางอินเตอร์เน็ต และส่วนใหญ่พึงเดินทางไปท่องเที่ยวครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อไปท่องเที่ยวและพักผ่อนกับครอบครัวและญาติ จากการไปท่องเที่ยวเยาวชนไทยมีความประทับใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบซึ่งมีความสวยงาม บรรยากาศดี มีวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้

นึกถึงประวัติศาสตร์ไทยในอดีต และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2552) พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในพื้นที่กรุงเทพฯ มหานครและปริมณฑลโดยเดินทางไปกับเพื่อน และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการศึกษาและเรียนรู้ สื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของพิพิธภัณฑสถาน คือ อินเทอร์เน็ต องค์ประกอบที่มีผลต่อแรงจูงใจของการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลของเยาวชนไทยมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของพิพิธภัณฑสถาน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ แพรวาโพยม พัวเจริญ (2554) ได้ศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความต้องการต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราช อาทิ การจัดแสดงพิพิธภัณฑสถาน ที่เกี่ยวกับเพลงโคราช บริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายเพื่อสวมใส่และได้ถ่ายภาพ การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการแสดงเพลงโคราช และได้ฝึกร้องเพลงโคราช เป็นต้น และจิรพร ทับแก้ว (2550) ซึ่งศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการพัฒนาเกาะช้างเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับสูง มีการรับรู้ข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง โดยรับรู้จากครูอาจารย์ในโรงเรียนมากที่สุด และมีความต้องการได้รับข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนทัศนคติของเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง และการได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่าอยู่ในระดับต่ำ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเยาวชนส่วนใหญ่มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวและมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งหากเยาวชนได้รับข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและอย่างทั่วถึง ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาครอบคลุมเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาการรับรู้สารสนเทศและเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อจะช่วยให้ทราบถึงสภาพการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน และเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งคำตอบที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้สำหรับเยาวชน อาทิ สถาบันครอบครัว สถานศึกษา ห้องสมุด ศูนย์สารสนเทศ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับเยาวชน ได้นำไปพิจารณาประกอบการวางแผน

ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาความรู้ความเข้าใจของเยาวชนให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน
2. เพื่อศึกษาเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน

จำแนกตามเพศและอายุ

4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยช่วยให้ทราบถึงสภาพการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน และเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งคำตอบที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้สำหรับเยาวชน อาทิ สถาบันครอบครัว สถานศึกษา หอสมุด ศูนย์สารสนเทศ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับเยาวชน ได้นำไปพิจารณาประกอบการวางแผน ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาความรู้ความเข้าใจของเยาวชนให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้เว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

- 1.1.1 [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com)
- 1.1.2 [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com)
- 1.1.3 <https://pantip.com>
- 1.1.4 [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 1.1.5 [www.instagram.com](http://www.instagram.com)
- 1.1.6 <https://twitter.com>

**1.2 กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ 1) [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com) 2) [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com) 3) <https://pantip.com> 4) [www.facebook.com](http://www.facebook.com) 5) [www.instagram.com](http://www.instagram.com) และ 6) <https://twitter.com> จำนวน 400 คน

## 2. นิยามศัพท์เฉพาะ

**2.1 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง ความสนใจในการเลือก รวบรวมและทำความเข้าใจสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับของเยาวชน จากแหล่งสารสนเทศและตีความจนทำให้เกิดความรู้อื่น แล้วนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

- 2.1.1 เนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้
- 2.1.2 วัตถุประสงค์ของการรับรู้
- 2.1.3 ประเภทของสารสนเทศที่รับรู้
- 2.1.4 แหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

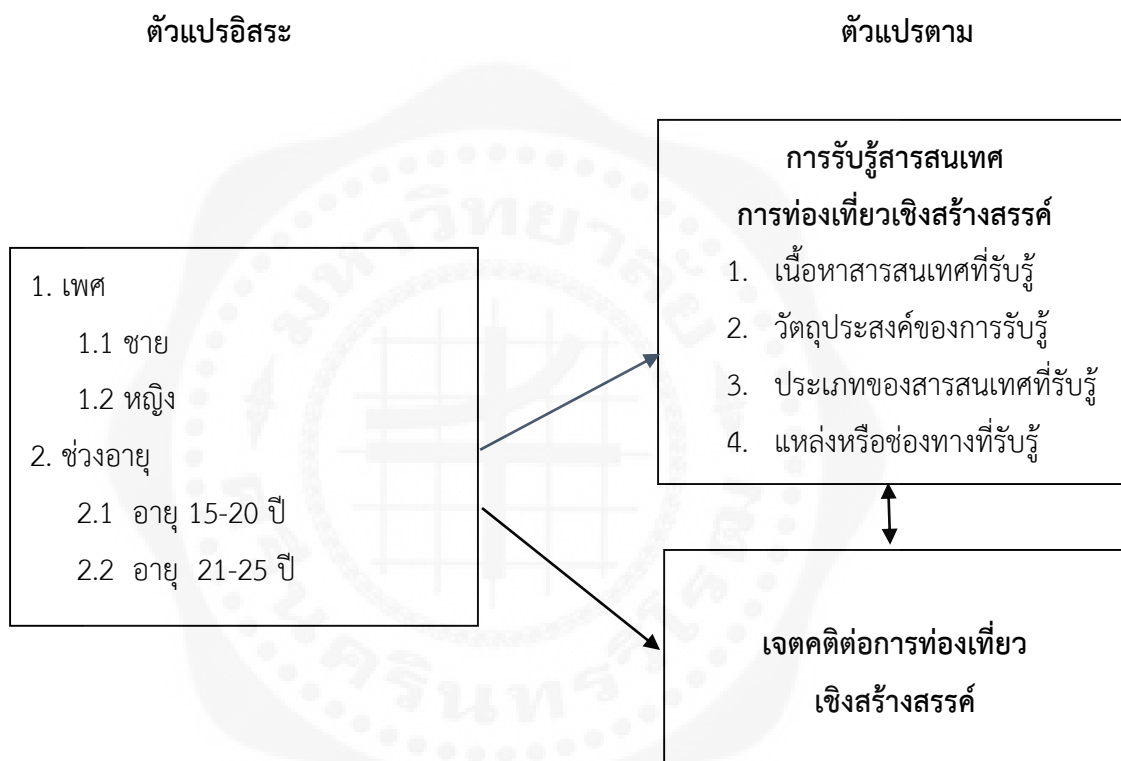
**2.2 เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความพร้อมที่จะปฏิบัติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

**2.3 เยาวชน** หมายถึง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ตามคำนิยามของสหประชาชาติ ที่ใช้เว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

- 2.3.1 [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com)
- 2.3.2 [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com)
- 2.3.3 <https://pantip.com>
- 2.3.4 [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 2.3.5 [www.instagram.com](http://www.instagram.com)
- 2.3.6 <https://twitter.com>

### 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดจากแนวคิดการรับรู้สารสนเทศ ทฤษฎีเจตคติ และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (วชิระ ชินหนองจอก, 2553; นุชรี บุญศรีงาม, 2550, น.10; ธัญญา ชีร์ตัน, 2554, น.17; ชัชวาล วงศ์ประเสริฐ, 2548, น. 87; อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2546, น. 10-11; มณฑิรา พานิชยิ่ง, 2545, น. 19-21; ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2557) แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 4. สมมติฐานของการวิจัย

- 4.1 เยาวชนที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน
- 4.2 เยาวชนที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน
- 4.3 การรับรู้สารสนเทศกับเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กันทางบวก

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

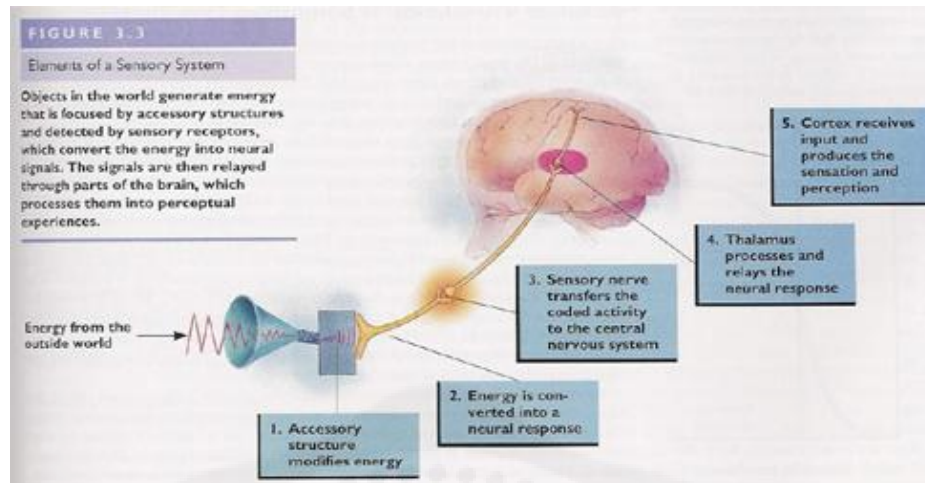
ในการวิจัยเรื่องการรับรู้สารสนเทศและเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการรับรู้
2. การรับรู้สารสนเทศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ
4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. เยาวชนกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้คือ (perception theory) ขบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรับรู้และถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล (Bernstein, 1999, n.72) การรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (perception is learned) ดังนั้นถ้าขาดการเรียนรู้หรือประสบการณ์จะมีเพียงการรับสัมผัสเท่านั้น เช่น เด็กชาตินิดไม่เคยเรียนรู้หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มาก่อน เพื่อนชี้ให้ดูเขาได้แต่สัมผัสทางตาและทางหูเท่านั้นแต่ไม่เกิดการรับรู้ว่าสิ่งที่เห็นทางตาและได้ยินทางหูนั้นคืออะไร





ภาพ 2 องค์ประกอบพื้นฐานของระบบการรับสัมผัสและการรับรู้

ที่มา : Bernstein. D. A. (1999). Essentials of psychology. Boston : Houghton Mifflin Company

พฤติกรรมกรรับรู้ เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่อเนื่องจากการรู้สึกสัมผัสรับรู้ เป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาในกระบวนการรู้สึก เมื่อเครื่องรับหรืออวัยวะรับสัมผัส สัมผัสสิ่งเร้า เราจะเกิดความรู้สึกแล้วส่งความรู้สึกนั้นไปตีความ หรือแปลความหมายกลายเป็นการรับรู้ กล่าวโดยสรุป การรับรู้จะเกิดขึ้น ต้องประกอบไปด้วยกระบวนการที่สำคัญต่อไปนี้

1. การสัมผัส
2. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า
3. การแปลความหมายจากการสัมผัส
4. การใช้ความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิมเพื่อแปลความหมาย

นอกจากการรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้แล้ว การรับรู้ยังเป็นสิ่งเลือกสรร (perception is selective) เราอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย ในขณะใดขณะหนึ่งเราไม่สามารถรับรู้ไปหมดทุกอย่าง แต่เราเลือกรับรู้สิ่งเร้าเป็นบางอย่าง เช่น ขณะที่เรากำลังฟังคำบรรยายของอาจารย์ถ้าเราสนใจคำบรรยายนั้น เราจะเลือกรับรู้เฉพาะเนื้อหาของคำบรรยาย แต่จะไม่รับรู้สิ่งเร้ารอบตัว เช่น เพื่อนที่นั่งอยู่ข้างๆ ประตู หน้าต่างหรือคนที่เดินผ่านไปมา การเลือกสรรการรับรู้ขึ้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการคือ องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและองค์ประกอบอันเนื่องมาจากตัวบุคคล

## 1. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า

ลักษณะของสิ่งเร้าที่ทำให้เรารับรู้ได้ทันที หรือเป็นสิ่งเร้าที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ควรมีลักษณะต่อไปนี้ (Quinn, 1985, p.33-34)

1.1 ความเข้มและขนาด (intensity and size) เช่น เสียงดัง แสงสว่างขนาดใหญ่ ทำให้เราเลือกรับรู้ได้มากกว่าสิ่งเร้าที่มีลักษณะตรงกันข้าม

1.2 ความผิดแผกกัน (contrast) ลองนึกถึงเวลาที่เรอ่านหนังสือ ตัวหนังสือที่อยู่ในเครื่องหมายคำพูด “ ” หรือเขียนตัวเอ่น ลักษณะที่ผิดแผกดังกล่าวจะทำให้เราเลือกรับรู้ได้มากกว่าลักษณะปกติธรรมดา

1.3 การกระทำซ้ำ (repetition) การกระทำซ้ำๆ เช่น เรียกชื่อซ้ำเป็นครั้งที่ 2 หรือครั้งที่ 3 เราจะได้ยินชื่อเราได้ดีเมื่อถูกเรียกซ้ำ

1.4 การเคลื่อนไหว (movement) สิ่งเร้าที่เคลื่อนไหวจะดึงดูดการรับรู้ได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่ไม่เคลื่อนไหว เช่น ป้ายโฆษณาที่มีตัวหนังสือเป็นไฟวิ่งเคลื่อนไหวหรือไฟกะพริบจะดึงดูดการรับรู้ได้ดีกว่าป้ายโฆษณาที่ไม่มีตัวหนังสือเป็นไฟวิ่งเคลื่อนไหวหรือไฟกะพริบ หรือในกลุ่มคนที่นั่งนิ่งอยู่ถ้ามีใครสักคนหนึ่งเคลื่อนไหวหรือลุกขึ้นยืนจะดึงดูดการรับรู้ขึ้นมาได้ทันที

1.5 ความแปลกใหม่ (Novelty) ความสนใจของบุคคลสามารถเปลี่ยนได้ด้วยการเสนอสิ่งเร้าที่มีความแปลกใหม่ เช่น ถ้าท่านอ่านหนังสือ ได้ยินเสียงแตรไซเรนของรถดับเพลิงแล่นผ่าน ก็อาจทำให้ท่านหยุดอ่าน และลุกไปที่หน้าบ้านของท่านก็ได้

1.6 การใช้อิทธิพลทางสังคม (Social Insinuations) เป็นการใช้สิ่งของหรือบุคคลที่มีอิทธิพลทางสังคมกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ทั้งนี้เนื่องจาก การที่คนๆ หนึ่งหรือสิ่งๆ หนึ่งได้รับความสนใจจากสังคมอย่างมาก เช่น ในการโฆษณาสินค้า บ่อยครั้งที่เสนอข้อมูลว่า สินค้าชิ้นนั้นกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก หรือได้รับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ หรือได้รับคำรับรองจากบุคคลที่มีชื่อเสียงบางคน เป็นต้น

## 2. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากตัวบุคคลประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ

2.1 องค์ประกอบทางด้านสรีระ (Physiological Factors) เนื่องจากอวัยวะรับสัมผัสของคนแต่ละคนมีความสามารถจำกัด คือไม่สามารถที่จะตอบสนองสิ่งเร้าทุกชนิดได้ นอกจากนั้นสภาพของร่างกายในแต่ละช่วงเวลา ก็ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของตนเราด้วย เช่น อายุ เมื่อเราอายุมากขึ้น สมรรถภาพในการรับสัมผัสจะลดน้อยลงไปด้วย เช่น หู หลังจากอายุ 20 ปี

ความสามารถในการฟังจะลดลง ความเมื่อยล้า เมื่อร่างกายเกิดความเมื่อยล้า จะทำให้การรับรู้ผิดพลาดได้ อิทธิพลของสารเคมีบางประเภท เช่น แอลกอฮอล์ สามารถทำให้สมรรถภาพในการรับรู้เปลี่ยนไปได้

## 2.2 องค์ประกอบด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ได้แก่

2.2.1 ความสนใจ (interest) คนเราจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่เราสนใจเช่น ชายคนไปเที่ยวป่า คนหนึ่งเป็นนักธรณีวิทยาก็จะสนใจประเภทของหินต่างๆ ในป่า ส่วนอีกคนหนึ่งเป็นสมาชิกชมรมผู้เลี้ยงนกก็จะสนใจสังเกตนกชนิดต่างๆที่มีในป่า

2.2.2 ความคาดหวัง (expectancy) ถ้าเราคาดหวังสิ่งใดไว้ การรับรู้ของเรา ก็จะเป็นไปตามที่คาดหวัง

2.2.3 ความต้องการ (need) ความต้องการเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้มีการทดลองให้คนที่อยู่ในภาวะหิวดูภาพกำกวมภาพหนึ่งซึ่งเห็นไม่ชัดเจนว่าเป็นรูปอะไรกันแน่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นเป็นภาพอาหารหรือคนกำลังรับประทานอาหาร เนื่องจากความต้องการขณะนั้นคือ ความต้องการอาหารเลยทำให้รับรู้ไปตามความต้องการนั้น

2.2.4 การเห็นคุณค่า (value) การรับรู้ขึ้นกับการเห็นคุณค่าในสิ่งนั้น จากการทดลองให้เด็กจากสถานะเศรษฐกิจต่างกันประมาณขนาดของสตางค์โดยการวาดภาพ ซึ่งพบว่าเด็กที่มีสถานะเศรษฐกิจต่ำจะประมาณขนาดของสตางค์ใหญ่กว่าเด็กที่ฐานะดี เนื่องจากเด็กยากจนให้คุณค่าของเงินหรือรับรู้คุณค่าของเงินสูงกว่าเด็กฐานะดี

## การรับรู้สารสนเทศ

### 1. ความหมายของการรับรู้สารสนเทศ

การรับรู้สารสนเทศ หรือในภาษาอังกฤษใช้คำว่า information perception มาจากคำสองคำคือ “การรับรู้” และ “สารสนเทศ” ซึ่งสามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้

การรับรู้ หมายถึง ขบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและ ความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ และการรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (perception is learned) ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติ

เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้าน คือการรับสัมผัสการแปลความหมาย และอารมณ์ (Bernstein. 1999, p.72; วชิระ ชินหนองจอก, 2553)

สารสนเทศ หมายถึง สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ และการกระทำของมนุษย์ ที่ได้มีการประมวลผลรวบรวมและนำไปบันทึกไว้ในสื่อรูปแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นวัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์ เพื่อเผยแพร่หรือสื่อสาร และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม (นุชรี บุญศรีงาม, 2550, น.10)

ส่วนคำว่า การรับรู้สารสนเทศ มีผู้ให้ความหมายดังนี้

การรับรู้สารสนเทศ หมายถึง กระบวนการในการให้ความสนใจ การเลือก การรวบรวม การจัดระบบ และการสร้างความหมายให้กับสารสนเทศที่ได้รับมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสารสนเทศ และสามารถนำสารสนเทศซึ่งบันทึกและเผยแพร่ในสื่อรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (นุชรี บุญศรีงาม, 2550, น.11)

การรับรู้สารสนเทศ คือ กระบวนการสื่อสารความรู้ ทำความเข้าใจหรือตีความสารสนเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สารสนเทศ ได้แก่ สิ่งเร้า และลักษณะของผู้รับสารสนเทศ ซึ่งผู้รับสารสนเทศจะตีความสารสนเทศที่ได้รับอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (ธัญญา ชีร์ตัน, 2554, น.17)

การรับรู้สารสนเทศ ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ (2548, น. 87) กล่าวว่า สารสนเทศจะเคลื่อนไปสู่ผู้รับ สารสนเทศจากแหล่งผลิตสารสนเทศไปยังผู้รับสารสนเทศ เรียกกระบวนการนี้ว่าการถ่ายทอดสารสนเทศ กระบวนการถ่ายทอดสารสนเทศจะสิ้นสุดก็เมื่อผู้รับได้รับสารสนเทศนั้น แล้วยังจะทำความเข้าใจหรือตีความ สารสนเทศนั้น ๆ ซึ่งผู้รับสารสนเทศทุกคน เมื่อได้รับสารสนเทศแล้วก็จะตีความ สารสนเทศที่ได้รับอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและประสบการณ์ ของแต่ละบุคคล ดังนั้น ความคิดเห็นของคนที่เกิดจากการตีความสารสนเทศไม่เหมือนกัน เป็นเรื่องปกติ นอกจากการตีความที่แตกต่างกัน อาจจะมีปัญหาในกระบวนการถ่ายทอด สารสนเทศก็ได้ ดังนั้น การถ่ายทอดสารสนเทศจำเป็นต้องทำความเข้าใจกลุ่มที่เป็นผู้รับสารสนเทศนั้น เป็นอย่างดี การสื่อสารนั้นจึงมีประสิทธิภาพการสื่อสารนั้นจึงจะมี ประสิทธิภาพ เมื่อผู้รับสารสนเทศสามารถทำความเข้าใจและสามารถตีความในเนื้อหา สารสนเทศที่ส่งไป ทำให้เกิดความรู้หรือความคิดใหม่ ซึ่งเท่ากับว่าได้เกิดการสื่อสารระหว่างแหล่งข่าวหรือแหล่งสารสนเทศกับผู้รับสารสนเทศนั้นแล้ว

อารีย์ ชื่นวัฒนา (2546, หน้า 10-11) กล่าวไว้ว่า การรับรู้สารสนเทศนั้นจะต้องผ่านระบบสื่อสารหรือการถ่ายทอดสารสนเทศหรือเรียกว่า กระบวนการสื่อสารความรู้ (information communication) โดยจะมีกระบวนการที่ซับซ้อน มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัย อื่น ๆ ได้แก่ ตัวเนื้อหาสารสนเทศสื่อที่ใชถายทอด ช่องทางการส่ง-การรับ และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยให้การถ่ายทอดและการไหลเวียนของสารสนเทศ เป็นไปอย่างราบรื่นในโลกปัจจุบันและอนาคต

กล่าวโดยสรุป การรับรู้สารสนเทศ หมายถึง กระบวนการที่สารสนเทศเคลื่อนไปสู่ผู้รับ โดยเกิดจากที่ผู้รับให้ความสนใจ เลือกรวบรวม จัดระบบ และสร้างความหมายให้กับสารสนเทศที่ได้รับมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสารสนเทศ เมื่อผู้รับสารสนเทศสามารถทำความเข้าใจและสามารถตีความในเนื้อหาสารสนเทศที่ส่งไป ทำให้เกิดความรู้หรือความคิดใหม่ ซึ่งเท่ากับว่าได้เกิดการสื่อสารระหว่างแหล่งข่าวหรือแหล่งสารสนเทศกับผู้รับสารสนเทศนั้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

## 2. ความสำคัญของการรับรู้สารสนเทศ

การรับรู้ข่าวสารข้อมูล หรือสารสนเทศต่าง มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำรงชีวิตในสังคม ดังนี้ (มณฑิรา พานิชยิ่ง, 2545, น. 19-21)

2.1 ทำให้เป็นคนฉลาดทันคน ข่าวสารข้อมูล หรือสารสนเทศมีส่วนช่วยกระตุ้นให้สมองทำงานตลอดเวลา หลังจากที่มีการรับรู้หรือการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ แล้วยังจะนำเอาสิ่งเหล่านั้นมาคิด วิเคราะห์ ติดตาม หรือเปรียบเทียบ สรุปความคิดและจดจำไว้เพื่อใช้ประโยชน์ ทำให้สมอง ต้องบันทึกความรู้เหล่านั้นไว้ ตลอดจนหากมีการสนทนาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ก็สามารถ พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างถูกต้อง

2.2 ช่วยในการตัดสินใจ การที่คนเราจะตัดสินใจเรื่องใด เรื่องหนึ่งได้ถูกต้อง และมีเหตุมีผลนั้น จำเป็นต้องอาศัยข่าวสารข้อมูล หรือสารสนเทศ ตลอดจนวิชาการที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องประกอบในการตัดสินใจ และข่าวสาร ข้อมูล หรือสารสนเทศที่ได้รับ นั้นต้องทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งต้องมีการวิเคราะห์ความถูกต้องของข้อมูล ตลอดจนการรู้จักเลือกที่จะนำมาใช้ได้ถูกต้อง ตามวาระและโอกาาก็จะทำให้บุคคล ผู้นั้นประสบความสำเร็จในการตัดสินใจ

2.3 ช่วยแก้ปัญหาทั้งปัญหาชีวิตส่วนตัวและการงาน ในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน บางครั้งอาจเจออุปสรรคหรือปัญหาเกิดขึ้น ได้เสมอ ซึ่งเมื่อเกิดขึ้นแล้วอาจมีผลเสียต่อตัวเองหรือการงาน ทำให้งานลาซา หรือไม่สำเร็จ หรือเสร็จแต่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์ จึงจำเป็นต้องแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ในการแก้ปัญหาควรใช้หลักกรรมทางศาสนา นอกจากนี้ยังต้องแสวงหาข้อมูล และความรู้ จึงจำเป็นต้องเพิ่มพูนความรู้อยู่เสมอ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหา ในเรื่องที่เป็นขอบกพรองและเป็น

สาเหตุของความล้มเหลว รวมทั้งนำมาใช้เป็นข้อมูล วิเคราะห์หาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นต่อไป

2.4 ช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ในการปฏิบัติงาน หากผู้ปฏิบัติงานมีการติดตามข่าวสารข้อมูลหรือสารสนเทศ ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานแล้วยอมทำในงานที่ผลิตรายออกมา หรือผลผลิตมีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้เพราะ ข่าวสารข้อมูล และสารสนเทศเหล่านั้นจะทำให้เกิดความรู้ และทราบถึงเทคนิควิธีการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถที่จะนำมา ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.5 ทำให้เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ข่าวสารข้อมูลและสารสนเทศต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากจะทำให้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ และรับทราบถึงสิ่งใหม่ที่เป็นผลจากการประดิษฐ์คิดค้นแล้ว ยังทำให้มองเห็นถึงความสำคัญและความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปสู่สิ่งใหม่ๆ ได้อีกเช่นกัน และยังนำไปสู่การคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากสิ่งใหม่ เพิ่มเติมจากที่ได้รับรู้ และได้เคยเห็นมา แล้วอีกต่อไป เพราะสามารถนำเอาความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ผลิตผล หรือบริการให้ทันกับความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

**3. วัตถุประสงค์การรับรู้สารสนเทศ** การรับรู้ข่าวสารของแต่ละบุคคลจะมีลักษณะความต้องการสารสนเทศที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิฐานะ ศาสนา และวัฒนธรรม ดังนั้นผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการให้บริการสารสนเทศควรตระหนักถึงความต้องการของผู้รับสารสนเทศ เพื่อช่วยให้สามารถกำหนดเนื้อหาสาระ และวิธีการเสนอข่าวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสารสนเทศ ดังนี้ (สมร ทองดี, 2546, น.135-136)

3.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตนเอง ผู้รับสารจะเลือกรับสารสนเทศที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เช่น อ่านข่าวหรือฟังข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ ดูกีฬาที่ตนเองเล่นหรือสนใจ เป็นต้น

3.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนในการรับสารสนเทศ ผู้รับมีแนวโน้มที่จะเลือกรับสารสนเทศโดยการดู ฟังหรืออ่าน ในสิ่งที่สอดคล้องกับความเชื่อและทศนคติ หรือค่านิยมของตน

3.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่ ในสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่ตนยังไม่รู้ จึงทำให้บุคคลต้องแสวงหาประสบการณ์ใหม่จากการรับฟังข่าวสาร ข้อมูล ข้อสนเทศต่างๆ อยู่เสมอ

3.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร จากความต้องการด้านนี้ของมนุษย์ ทำให้มีการจัดระบบและการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้เป็นช่องทางในการส่งข่าวสารจึงได้

ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารสนเทศด้านนี้มากยิ่งขึ้น และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จึงควรอำนวยความสะดวกและส่งถึงผู้รับโดยเร็วที่สุด

#### 4. แหล่งสารสนเทศ

ผู้รับรู้สารสนเทศมีแหล่งหรือช่องทางที่จะได้รับรู้สารสนเทศ ดังนี้

4.1 แหล่งสารสนเทศสถาบัน ประกอบด้วย ห้องสมุด คือ สถานที่รวมทรัพยากรสารสนเทศสาขาวิชาต่างๆ ที่อยู่ในรูปของวัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์ รวมทั้งฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยมีบรรณารักษ์เป็นผู้บริหารงาน และดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ห้องสมุด และ ศูนย์สารสนเทศ ซึ่งแต่ละแหล่งมีชื่อต่าง ๆ กัน อย่างไรก็ตามล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการสารสนเทศเฉพาะสาขาวิชา เช่น ห้องสมุดมารวย(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

4.2 แหล่งสารสนเทศบุคคล หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ผู้มีประสบการณ์ ผู้สร้างสรรค์ผลงาน อาจเรียกบุคคลเหล่านี้ว่า ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ประชาชนชาวบ้าน ฯลฯ การเข้าถึง (access) แหล่งสารสนเทศบุคคล คือ การพูดคุย ถาม-ตอบ สัมภาษณ์ ด้วยช่องทางต่าง ๆ เช่น สอบถามส่วนบุคคล โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย อื่นๆ

4.3 แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เป็นแหล่งสารสนเทศที่มุ่งเผยแพร่สารสนเทศ ข่าวสาร เหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์สำคัญ เรื่องราวต่างๆ ต่อประชาชน โดยเน้นข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ รวมทั้งสาระความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยวิธีการแพร่กระจายเสียง ภาพ และตัวอักษร ผ่านสื่อประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์

4.4 แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งสารสนเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพราะหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย สำนักข่าวสาร และสมาคมวิชาชีพ ต่างก็จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ออกมาเผยแพร่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีข้อมูลและสารสนเทศมากมาย

#### แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ

คำว่าเจตคติ มาจากภาษาอังกฤษว่า attitude ซึ่งในผลการวิจัยที่ผ่านมามีการใช้คำในความหมายคล้ายกันอยู่ 2 คำ ได้แก่ คำว่า “เจตคติ” และ “ทัศนคติ” โดยมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

เจตคติ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มความเชื่อ ความรู้สึกและพฤติกรรมที่มีต่อวัตถุสิ่งของ กลุ่มหรือสัญลักษณ์ (Hogg & Vaughan 2005, p. 150)

เจตคติ หมายถึง แนวโน้มทางจิตวิทยาที่แสดงออกจากการประเมินด้วยความคิดเห็นว่าจะชอบหรือไม่ชอบ (Eagly & Chaiken, 1993, p. 1)

เจตคติ หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า attitude (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554, น.90) และคำว่า ทศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็นหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554, น.60)

เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกซึ่งเกี่ยวข้องกับจิตใจ มีทั้งความรู้สึกชอบ ไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นทางด้านบวกหรือด้านลบ ซึ่งความรู้สึกนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกอาจจะเป็นไปในทางดีหรือไม่ดีก็ได้ ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกต่อสิ่งนั้นว่าเป็นไปในทางบวกหรือลบ (ธีรภัทร สุคโต และอภันตรี นาคอำไพ, 2560, น.8)

เจตคติ หมายถึง ความเข้มข้นของอารมณ์ความรู้สึกทางบวก หรือทางลบในการสนับสนุนหรือต่อต้านที่หมายทางจิต (ธีระพร อุวรรณโณ, 2558)

เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เป็นความเชื่อ ศรัทธาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนเกิดความพร้อมที่จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม หรือยังไม่แสดงออกมาเป็นพฤติกรรม อาจจะเป็นไปในทางที่ดี เรียกว่า เจตคติเชิงบวก หรืออาจจะเป็นในทางที่ไม่ดี เรียกว่า เจตคติเชิงลบ เจตคติประกอบไปด้วยความรู้สึกและเป้าหมายเจตคติ ซึ่งมีความโน้มเอียงที่จะตอบสนอง มีความคงทน มีความคงเส้นคงวา และมีทิศทาง (วิเชียร อินทรสมพันธ์, 2558, น.2)

เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลอันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านก็ได้ (บุญเรือง ศรีเหรียญ, 2554)

เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงออกมาในทางบวกหรือทางลบหรือที่เป็นกลาง เช่น พอใจ ไม่พอใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือไม่มีความรู้สึกใด ๆ และบุคคล ซึ่งแสดงความรู้สึกทางด้านพฤติกรรม ทั้งพฤติกรรมภายนอก ที่สังเกตได้ด้วยท่าทางหน้าตาบ่งบอกถึง ความพึงพอใจ และพฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก (บุญญลักษณ์ ตำนานจิตตร, 2552)

จากความหมายของเจตคติที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า เจตคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยการแสดงออกทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรม



## 1. การเกิดของเจตคติ

เจตคติเกิดจากการเรียนรู้ระดับพื้นฐาน 3 ประเภท และเกิดจากความเชื่อ (ธีระพร อูวรรณโณ (2554, น.33-35) ดังนี้

### 1.1 เจตคติที่เกิดจากการเรียนรู้เงื่อนไขคลาสสิก (classical conditioning)

การเรียนรู้ประเภทนี้เกิดจากการเชื่อมโยงเหตุการณ์ 2 อย่าง เข้าด้วยกัน เช่นในการทดลองดั้งเดิมของ Pavlov ในปี ค.ศ. 1927 ใช้วิธีสันกระดิ่งแล้วฉีดผงเนื้อเข้าไปในกระพุ้งแก้มของสุนัข ทำหลายครั้ง จนในที่สุดเมื่อสันกระดิ่งเพียงอย่างเดียวก็ทำให้สุนัขหลั่งน้ำลายเป็นการตอบสนองได้

การเชื่อมโยงเช่นนี้เกิดขึ้นได้กับสิ่งที่เป็นทางลบหรือทางบวกสำหรับมนุษย์ เช่น คนที่กำลังปิดหน้าต่าง เพราะฝนกำลังจะตก ขณะนั้นมีฟ้าแลบและมีเสียงฟ้าร้องขึ้น ส่งผลให้นักพิราบซึ่งเกาะอยู่ใกล้หน้าต่าง กระพือปีกบินหนีไปเพราะรับรู้ฟ้าแลบและตกใจเสียงฟ้าร้องเหตุการณ์นี้ส่งผลให้บุคคลผู้นั้นกลัวเสียงนกกระพือปีกตั้งแต่วันนั้นเป็นต้นมา ความกลัวนี้ก็ส่งผลให้บุคคลผู้นั้นมีเจตคติทางลบต่อเสียงนกกระพือปีก ในทางกลับกัน นักธุรกิจที่เจรจาธุรกิจระหว่างอาหารค่ำที่แสนอร่อย

ส่งผลให้คู่เจรจาย้ายโอนความรู้สึกดีต่ออาหารไปสู่ประเด็นธุรกิจที่เจรจา จนทำให้การเจรจาประสบผลสำเร็จด้วยดี

### 1.2 เจตคติที่เกิดจากการเรียนรู้เงื่อนไขการกระทำ (operant conditioning)

การเรียนรู้ประเภทนี้เกิดจากการที่บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่ง แล้วมีผลทางบวกหรือลบเกิดตามหลัง ถ้าเป็นผลทางบวกก็จะทำให้บุคคลผู้นั้นแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมนั้นอีกในวันข้างหน้าในสถานการณ์ที่คล้ายกัน ในทางกลับกันถ้าเป็นผลทางลบก็จะทำให้บุคคลผู้นั้นมีแนวโน้มจะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นอีกในวันข้างหน้าในสถานการณ์ที่คล้ายกัน ตัวอย่างทางบวก เช่น ครูถามแล้วนักเรียนตอบเมื่อตอบเสร็จครูชม นักเรียนว่า “ดีมาก” ก็จะทำให้นักเรียน มีแนวโน้มจะตอบคำถามของครูอีกในวันข้างหน้าและมีเจตคติทางบวกต่อการถามของครู

### 1.3 เจตคติที่เกิดจากการเรียนรู้จากการสังเกต (observational learning)

การเรียนรู้ประเภทนี้เกิดจากการที่บุคคลได้เห็นผู้อื่นแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ก็ส่งผลให้บุคคลผู้นั้นมีศักยภาพที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมนั้นได้ หากพฤติกรรมนั้นเป็นพฤติกรรมที่ไม่อยากและ ผู้กระทำได้รับผลทางบวกตามมา ก็ทำให้ผู้พบเห็นมีแนวโน้มจะทำตามได้มาก เช่น หากนักเรียนเห็นนักเรียนคนอื่นตอบคำถามครู แล้วครูชมว่าดีมากก็ทำให้นักเรียนที่เห็นนักเรียนคนอื่นตอบคำถามครูมีเจตคติทางบวกต่อการตอบคำถามครูและมีแนวโน้มจะขอตอบคำถามครูบ้างในโอกาสข้างหน้า

1.4 เจตคติที่เกิดจากความเชื่อ ความเชื่อหมายถึงการเชื่อมโยงโดยอ้อมระหว่างที่หมายของความเชื่อกับลักษณะบางอย่าง ที่หมายของความเชื่อมีความหมายเหมือนกับที่หมายของเจตคติ เช่น บุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ และลักษณะของที่หมาย หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ คุณสมบัติ ลักษณะในตัวของที่หมายนั้น ๆ หากความเชื่อของบุคคลต่อที่หมาย หนึ่งๆ เชื่อมโยงกับลักษณะที่มีความหมายทางบวก สำหรับบุคคล บุคคลผู้นั้นก็จะมีเจตคติทางบวกต่อที่หมายนั้น เช่น ความเชื่อที่บุคคลมีต่อหนังสือพิมพ์ชื่อหนึ่งว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวอย่างเที่ยงธรรม ให้ความรู้ที่ถูกต้องแม่นยำ บุคคลผู้นั้นก็มี เจตคติทางบวกต่อหนังสือพิมพ์ชื่อนั้น ส่วนที่หมายที่เชื่อมโยงกับลักษณะที่มีความหมายทางลบสำหรับบุคคลก็ส่งผลให้บุคคลผู้นั้นมีเจตคติทางลบต่อที่หมายนั้น

## 2. องค์ประกอบของเจตคติ

เจตคติของบุคคล ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ จะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน หากองค์ประกอบด้านใดด้านหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป เจตคติของบุคคลนั้นก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย องค์ประกอบมีดังนี้ (Rosenberg & Hovland, 1960; สุทธิ เลิศอรุณ, 2543, น. 79-80)

2.1 ด้านความรู้สึก (affective component) หมายถึง การที่บุคคลจะมีเจตคติอย่างไร อารมณ์ที่มีต่อเป้าหมาย เจตคตินั้นเป้าหมายจะถูกมองด้วยอารมณ์ชอบหรือไม่ชอบ ถูกใจหรือไม่ถูกใจ จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือความรู้สึก เพราะความรู้สึกจะบ่งชี้ว่าชอบหรือไม่ชอบ เช่น ความรู้สึกชอบเป็นนักกีฬา หรือไม่ชอบเป็นนักกีฬา เป็นต้น ส่วนประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึกนี้เองที่ทำให้บุคคลเกิดความตึงเครียด ซึ่งอาจกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาตอบโต้ได้ หากมีสิ่งขัดกับความรู้สึกมากกระทบ

2.2 ด้านพฤติกรรม (behavior component) หมายถึง ความพร้อมที่จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเจตคติ บุคคลจะมีเจตคติอย่างไร ให้สังเกตจากการกระทำหรือพฤติกรรม ถ้าบุคคลมีเจตคติที่ดีต่อเป้าหมาย เขาจะมีความพร้อมที่จะมีพฤติกรรมช่วยเหลือหรือสนับสนุนเป้าหมายนั้น ถ้าบุคคลมีเจตคติในทางลบต่อเป้าหมาย เขาก็จะมีความพร้อมที่จะมีพฤติกรรมทำลาย หรือทำร้าย เป้าหมายนั้นเช่นกัน ถึงแม้ว่าพฤติกรรมจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของเจตคติ แต่ยังมีค่าน้อยกว่าความรู้สึก เพราะในบางครั้งบุคคลกระทำไปโดยขัดกับความรู้สึก เช่น ยกมือไหว้และกล่าวคำสวัสดิ แต่ในความรู้สึกจริง ๆ นั้น อาจมิได้เลื่อมใสศรัทธาเลยก็ได้

2.3 ด้านการรู้ (cognition) ประกอบด้วยความเชื่อของบุคคลที่มีต่อเป้าหมาย เจตคติบุคคลจะมีเจตคติอย่างไรจะต้องอาศัยความรู้หรือประสบการณ์ ว่าเคยรู้จักหรือเคยรับรู้มาก่อน มิฉะนั้นบุคคลไม่อาจกำหนดความรู้สึก หรือทำที่ว่าชอบหรือไม่ชอบได้ เช่น ทศนคติต่อลัทธิคอมมิวนิสต์ สิ่งสำคัญขององค์ประกอบนี้ก็คือ จะประกอบด้วยความเชื่อที่ได้ประเมินค่าแล้วว่าน่าเชื่อถือหรือไม่ น่าเชื่อถือ ดีหรือไม่ดี และยิ่งรวมไปถึงความเชื่อในใจว่าควรจะมีปฏิกริยาตอบโต้อย่างไรต่อเป้าหมาย ทศนคตินั้นจึงจะเหมาะสมที่สุด ดังนั้น การรู้และแนวโน้มพฤติกรรมจึงมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด หรือบุคคลที่จะบอกว่าชอบเป็นนักกีฬาหรือไม่ชอบเป็นนักกีฬานั้นจะต้องทราบเสียก่อนว่า นักกีฬามีบทบาทอย่างไร มีรายได้อย่างไร และจะก้าวหน้าเพียงใด มิฉะนั้นไม่อาจบอกถึงเจตคติของตนได้

### 3. คุณลักษณะของเจตคติ

3.1 เจตคติเป็นวัตถุ เจตคติเป็นสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งอาจจะเป็นความชอบหรือไม่ชอบ ความโปรดปรานหรือไม่โปรดปราน หรืออาจจะถูกประเมินในเชิงบวกหรือเชิงลบ สิ่งที่ว่านี้อาจจะเป็นสิ่งของ ความคิด คน หรือสถานการณ์ก็ได้

3.2 เจตคติเป็นการเรียนรู้ เจตคติไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเอง แต่เกิดขึ้นผ่านการเรียนรู้จากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และประสบการณ์ เรามีปฏิกริยาโต้ตอบกับผู้อื่นทำให้ได้รับประสบการณ์มากมาย และนำมาซึ่งสารสนเทศข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่ก่อให้เกิดเจตคติทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อสิ่งนั้นๆ

3.3 เจตคติมีความเอนเอียง เจตคติเป็นสิ่งที่เอนเอียงได้ การกำหนดรูปลักษณ์ หรือมุมมองในการเรียนรู้ต่อสิ่งต่างๆ หรือแนวโน้มที่แสดงออกเฉพาะต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งบุคคลจะก่อมุมมองไว้ในใจเรียบร้อยแล้วแล้วล่วงหน้า

3.4 เจตคติมีความคงทน เจตคติไม่ใช่ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวหรือชั่วขณะ แต่เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเป็นช่วงเวลานานต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แม้ว่าเจตคติจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ก็จะเป็นความรู้สึกที่มีความคงทนอยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเป็นเวลาพอสมควร

3.5 เจตคติมีองค์ประกอบของอารมณ์ เจตคติประกอบด้วยอารมณ์ด้านความชอบหรือไม่ชอบ ความโปรดปรานหรือไม่โปรดปราน หรืออารมณ์เชิงบวกหรือเชิงลบ

3.6 เจตคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ เจตคติเชิงบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ในเชิงบวกที่มีต่อสิ่งนั้น และในทางตรงกันข้ามหากมีเจตคติเชิงลบ มนุษย์ก็จะมีพฤติกรรม

ลบท่อสิ่งนั้นเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่รับประทานมังสวิรัติจะหลีกเลี่ยงการรับประทานเนื้อ เพราะมีเจตคติเชิงลบท่อเนื้อ เป็นต้น

#### 4. ประโยชน์ของเจตคติ

วิเชียร อินทรสมพันธ์ (2558, น. 11) ได้สรุปประโยชน์ของเจตคติไว้ ดังนี้

4.1 เจตคติใช้อธิบายความรู้สึกที่ครอบคลุมพฤติกรรมต่างๆ ได้มาก เช่น ถ้าเราบอกว่าเรามีเจตคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย ซึ่งหมายถึง เราชอบมหาวิทยาลัย ใช้เวลาเรียนอย่างมีความสุขในมหาวิทยาลัย มี ความสุขที่ได้อยู่ในมหาวิทยาลัย มีความรู้สึกที่ดีต่อมหาวิทยาลัย คิดร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

4.2 เจตคติที่ใช้พิจารณาสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคล ที่มีต่อสิ่งอื่นหรือที่มีต่อเป้าเจตคติ ดังนั้น การที่รู้จักเจตคติของบุคคลสามารถส่งเสริมหรือยับยั้งสิ่งที่เขาจะแสดงออกมาได้

4.3 เจตคติเป็นสิ่งที่คงเส้นคงวา ดังนั้นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมาจากเจตคติ จึงสามารถ นำมาอธิบายความคงเส้นคงวาของสังคมได้

4.4 เจตคติเกิดจากพันธกรรมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการให้การศึกษาเพื่อให้เกิดเจตคติที่ดีงามต่อ สังคม จึงต้องศึกษาพันธกรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีอิทธิพลต่อเจตคติ ต่อบุคคลตามที่ต้องการได้

4.5 เจตคติมีความตึงานอยู่ในตัว เจตคติของบุคคลที่มีต่อเป้าเจตคติดรอบๆ ตัว จะสะท้อนให้เห็นโลกทัศน์ของคนๆ นั้นด้วย

4.6 เจตคติเป็นศูนย์กลางของความคิดและเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมสังคม ตามแนวคิดทางสังคม วิทยา การจะปรับระบบกลไกของสังคม จึงควรต้องเปลี่ยนแปลงเจตคติของแต่ละบุคคลด้วย

#### 5. การวัดเจตคติ

การวัดเจตคติสามารถเลือกวัดได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับว่าต้องการวัดเจตคติด้านไหน เช่นการพูดคุยตั้งคำถามเพื่อวัดความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้ตอบ การสังเกตพฤติกรรมที่ส่งมาจากเจตคติเพื่อศึกษาอุปนิสัยของบุคคล การรายงานตนเองเพื่อที่จะเข้าถึงบุคคลที่เราจะตั้งคำถามให้ผู้ตอบแสดงความรู้สึกต่อสิ่งเร้าที่ส่งออกมา การใช้สถานการณ์ ในสิ่งต่างๆที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อให้บุคคลใช้จินตนาการนำไปตีความหมายแสดงออกทางด้านเจตคติ ซึ่งมีวิธีการวัดดังต่อไปนี้ (ธีรภัทร สุโต และอภันตรี นาคอำไพ. 2560, น. 11-12)

5.1 การสัมภาษณ์ (interview) เป็นวิธีที่ง่ายและตรงไปตรงมามากที่สุด การสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ จะต้องเตรียมข้อรายการที่จะซักถามไว้อย่างดี ข้อรายการนั้นต้องเขียนเน้นความรู้ที่สามารวัดเจตคติ ให้ตรงเป้าหมาย ผู้สัมภาษณ์จะได้ทราบความรู้ หรือความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่มี ข้อเสียว่า ผู้ถามอาจจะไม่ได้รับคำตอบที่จริงใจจากผู้ตอบเพราะผู้ตอบอาจบิดเบือนคำตอบ เนื่องจากอาจเกิดความเกรงกลัวต่อการแสดงความคิดเห็น วิธีแก้ไขคือ ผู้สัมภาษณ์ต้องสร้างบรรยากาศในการสัมภาษณ์ ให้เป็นกันเอง ให้ผู้ตอบรู้สึกสบายใจไม่เคร่งเครียดเป็นอิสระ และแน่ใจว่าคำตอบของเขาจะเป็นความลับ

5.2 การสังเกต (observation) เป็นวิธีการที่ใช้ตรวจสอบบุคคลอื่นโดยการเฝ้ามอง และ จดบันทึก พฤติกรรมของบุคคลอย่างมีแบบแผน เพื่อจะได้ทราบว่าบุคคลที่เราสังเกตมีเจตคติ ความเชื่ออุปนิสัยเป็น อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตจะถูกต้องใกล้เคียงกับความจริง หรือเป็นที่เชื่อถือได้เพียงใดนั้น มีข้อควร คำนึงหลายประการ กล่าวคือควรมีการศึกษาหลายๆ ครั้ง ทั้งนี้เพราะเจตคติของบุคคลมาจากหลายๆ สาเหตุ นอกจากนี้ตัวผู้สังเกตเองจะต้องทำตัวเป็นกลาง ไม่มีความลำเอียง และการสังเกต ควรสังเกต หลายๆ ช่วงเวลาไม่ใช่สังเกตเฉพาะเวลาใดเวลาหนึ่ง

5.3 รายงานตนเอง (self-report) วิธีนี้ต้องการให้ผู้ถูกสอบวัดแสดงความรู้สึกรู้สึกของตนเองตามสิ่งเร้าที่เขาได้สัมผัส นั่นคือ สิ่งเร้าที่เป็นข้อคำถามให้ผู้ตอบแสดงความรู้สึกออกมาอย่างตรงไปตรงมา แบบทดสอบหรือมาตรวัดที่เป็นของแนว เทอร์สตัน (Thurstone) กัทท์แมน (Guttman) ลิเคิร์ต (Likert) และออสกู๊ด (Osgood) นอกจากนี้ที่กล่าวมายังมีแบบให้ผู้สอบมารายงานตนเอง และอื่นๆ อีกมาก แล้วแต่ จุดมุ่งหมายของการสร้างและการวัด

5.4 เทคนิคจินตนาการ (projective techniques) วิธีนี้อาศัยสถานการณ์หลายอย่างไปเร้าผู้สอบ เช่น ประโยคไม่สมบูรณ์ ภาพแปลกๆ เรื่องราวแปลกๆ เมื่อผู้สอบเห็นสิ่งเหล่านี้จะจินตนาการออกมาแล้วนำมาตีความหมาย จากการตอบนั้นๆ พอจะได้ว่ามีเจตคติต่อเป้าหมายอย่างไร

5.5 การวัดทางสรีระภาพ (Physiological Measurement) การวัดด้านนี้อาศัยเครื่องมือไฟฟ้า แต่ สร้างเฉพาะเพื่อจะวัดความรู้สึกอันจะทำให้พลังไฟฟ้าในร่างกายเปลี่ยนแปลง เช่น ถ้าดีใจเข็มจะชี้อย่างหนึ่ง เสียใจเข็มจะชี้อีกอย่างหนึ่ง ใช้หลักการเดียวกันกับเครื่องจับเท็จเครื่องมือแบบนี้พัฒนาไม่ตีพอจึงไม่นิยมใช้เท่าใดนัก

## การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากการประชุมเตรียมการสำหรับการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ UNESCO วันที่ 25-27 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา ได้มีการกำหนดคำนิยามของ “Creative Tourism” หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม หรือ ในภาษาอังกฤษว่า “Creative Tourism is tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of place.” (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2557, 69) นอกจากนี้ นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2556) ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)" ว่าหมายถึง "การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น"

### 2. คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีดังนี้

- 2.1 ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
- 2.2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross - cultural engagement/ Cultural experience)
- 2.3 มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/ deep meaning/ understanding of the specific cultural of the place)
- 2.4 ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands - on experience)
- 2.5 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/ transformation and transformative experiences)
- 2.6 เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)

2.7 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co - creating tourism experience)

2.8 ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/ genuine experience)

2.9 จดจำประทับใจ เข้าใจ (Memorable/ I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)

2.10 การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor - made approach)

**3. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้ (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2557, น.70-71)

3.1 มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่อง กับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม แบ่งเป็นกลุ่มย่อย คือ กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น

3.2 ศิลปะ (Art) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของ ศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ งานศิลปะ (Visual Art) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น และศิลปะการแสดง (Performing Art) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดง นาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

3.3 ประเภทวิถีชีวิต (Lifestyle) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิต หรือวิถีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่า น่าน ย่านเมืองเก่าแปดริ้ว ย่านถนนนางงามสงขลา เป็นต้น และวิถีสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านข้างตากกลาง อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดสุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขา อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

3.4 ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร กับกลุ่มคน กลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ งานสื่อ สิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น คู่มือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว หรือสิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่มีส่วนสร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อในสิ่งที่มีคุณค่าให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น และงานสื่อไฮเทคทันสมัย สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออื่นๆ ที่

เกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการเป็นมาของต้นแบบความเป็นของแท้ดั้งเดิม ของแหล่ง  
ท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ เป็นต้น

3.5 ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Function Creation) เป็นกลุ่ม  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความ  
ต้องการแตกต่างกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มการออกแบบ เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม ริ  
สอร์ท การออกแบบสินค้าของที่ระลึก ให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ กลุ่ม  
สื่อสมัยใหม่ เช่น ระบบดิจิทัล ซอฟต์แวร์ เกมส์ต่างๆ และกลุ่มบริการทางความคิดการท่องเที่ยวเชิง  
สร้างสรรค์ เช่น การบริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา นันทนาการ และบริการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์  
อื่นๆ

### **เยาวชนกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและการท่องเที่ยวนั้น ไม่พบ  
งานวิจัยโดยตรงเกี่ยวกับเยาวชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากนัก แต่มีงานวิจัยหลายชิ้นงานที่ได้  
ศึกษาเกี่ยวกับเจตคติ ความตระหนัก พฤติกรรม และการส่งเสริมความรู้แก่ของเยาวชนเกี่ยวกับการ  
ท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวข้องและประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. การรับรู้สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวของเยาวชน จากงานวิจัยพบว่า เยาวชนเป็นอีกกลุ่ม  
บุคคลหนึ่งที่ทำให้ความสนใจรับรู้สารสนเทศและความรู้เกี่ยวกับการเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นความรู้ใหม่ และ  
กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม และกำลังทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่เพียงแต่เป็นจุดขายด้าน  
วัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงการสนับสนุนความเป็นเอกลักษณ์และกระตุ้นการบริโภค  
วัฒนธรรมท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ (Richards, 2009, pp. 78-19) เห็นได้จากงานวิจัยของ รุจิยา  
แก้วไทรเทียน (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการ  
ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ส่วนสื่ออื่นๆ มี  
การเปิดรับค่อนข้างน้อย และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและ  
สิ่งแวดล้อมในระดับมาก และงานวิจัยของ กันตภณ แก้วสง่า (2560, น. 125) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมี  
ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของปรีชา คำมาติ และสมพงษ์ อัศว  
ริยธิปัติ (2559, น. 396-407) พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเยาวชนต่างนำข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว  
ต่างๆ มาพิจารณาประกอบในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของตน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการ  
เดินทาง และคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2552) พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว



พิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อการศึกษาและเรียนรู้ สื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารของพิพิธภัณฑสถาน คือ อินเทอร์เน็ต องค์ประกอบที่มีผลต่อแรงจูงใจของการท่องเที่ยว คือ ความน่าสนใจของพิพิธภัณฑสถาน และด้านที่มากที่สุด คือ ด้านวัฒนธรรม

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ เยาวชนนั้น พบในงานวิจัยของ จีระพร ทับแก้ว (2550) ศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการพัฒนาเกาะช้างเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับสูง มีการรับรู้ข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง โดยรับรู้จากครู อาจารย์ในโรงเรียนมากที่สุด และมีความต้องการได้รับข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด งานวิจัยของ ชลาธร ตาลประเสริฐ (2547) ศึกษาความรู้และเจตคติของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรีในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้และเจตคติในระดับปานกลาง และมีความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และงานวิจัยของ การดา ร่มพุ่ม และอุไร คงคาลวง (2553) ที่ศึกษาความคิดเห็นของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารที่จะมีส่วนสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนโดยรวมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเฉพาะการเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากพระและครูอาจารย์มีความสัมพันธ์กับความตระหนักถึงการมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ตของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของเยาวชนที่ศึกษา ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากญาติพี่น้องของเยาวชนที่ศึกษา ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยด้านอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกัน ส่วนเยาวชนที่มี

เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่างกัน มีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ต่างกัน และจากการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า เยาวชนเชื่อว่าสื่อบุคคลกับสื่อมวลชนมีบทบาทที่ต่างกันในการสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กล่าวคือ สื่อบุคคลสามารถโน้มน้าวใจให้เกิดจิตสำนึกที่ดีได้มากกว่าสื่อมวลชน โดยรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมควรมีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นกันเอง เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนคติได้ เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะชมรม การสนทนาเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ส่วนการนำสื่อบุคคลไปใช้ผสมผสานกับสื่อมวลชนนั้น ควรใช้รูปแบบของพรีเซ็นเตอร์ โดยควรเป็นผู้ที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ มีความรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสามารถในการถ่ายทอดและโน้มน้าวใจ และมีอายุที่ใกล้เคียงกับเยาวชนหรือมากกว่าเยาวชนไม่มากนัก ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอันดับหนึ่ง และการจัดทัศนศึกษาอยู่ในอันดับรองลงมา

นอกจากนี้ด้านการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยว ได้มีผู้ศึกษาไว้ได้แก่ งานวิจัยของ กาญจนรัตน์ รัตนสนธิ (2544) ศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย : กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี 4 ปี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ส่วนใหญ่ใช้การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยการสอบถามจากเพื่อนที่รู้จัก และมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจหรือมีแนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อความเพลิดเพลินและโอกาสในการเรียนรู้ธรรมชาติเป็นหลัก และกลุ่มตัวอย่างยังสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการพบเห็นการโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารและอินเทอร์เน็ตตามลำดับ งานวิจัยของคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2552) ได้ศึกษาแรงจูงใจของเยาวชนไทยต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑิ์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของพิพิธภัณฑิ์ คือ อินเทอร์เน็ต องค์กรประกอบที่มีผลต่อแรงจูงใจของการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑิ์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลของเยาวชนไทยมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของพิพิธภัณฑิ์ และมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา ด้านสถานภาพและชื่อเสียง และด้านกายภาพ งานวิจัยของปาริชาติ แสงระชะภู (2551) ได้ศึกษาการรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีแหล่งรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากอุทยานแห่งชาติภูกระดึงมากที่สุด มีการรับรู้จากผู้นำชุมชนมากที่สุด สาเหตุที่ต้องมีการรับรู้เนื่องจากมีความสนใจหรือต้องการที่จะรับรู้ ส่วนช่องทางหรือสื่อที่คิดว่าจะมีผลต่อ

การรับรู้มากที่สุด คือ ผู้นำชุมชน แหล่งที่คิดว่าจะมีผลต่อการรับรู้มากที่สุด คือ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง มีการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการรับรู้ผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการรับรู้ผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาด้านแหล่งสารสนเทศ คือ ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวขาดการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สารสนเทศที่ต่อเนื่อง ด้านช่องทาง/สื่อสารสนเทศ คือ ป้ายประกาศ/บอร์ดประชาสัมพันธ์มีน้อย ไม่เพียงพอ และงานวิจัยของปรีชา คำมาดี และสมพงษ์ อัคริยธิปิติ (2559, น. 396-407) พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเยาวชนต่างนำข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มาพิจารณาประกอบในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของตน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการเดินทาง

**2. เจตคติต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน** จากผลการวิจัยหลายชิ้นงานได้ศึกษาเกี่ยวกับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ส่วนใหญ่พบว่า เยาวชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว และเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์ (2558) ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อแหล่ง มรดกโลกทางวัฒนธรรม: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่ทราบว่าคุณภาพของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากทางอินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่พึงเดินทางไปท่องเที่ยวครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อไปท่องเที่ยวและพักผ่อนกับครอบครัว และญาติ จากการไปท่องเที่ยวเยาวชนไทยมีความประทับใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบซึ่งมีความสวยงาม บรรยากาศดี มีวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้นักถึงประวัติศาสตร์ไทยในอดีต และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย จึงมีความสนใจที่จะกลับไปเที่ยวอีกครั้ง สำหรับทัศนคติของเยาวชนไทยโดยภาพรวม พบว่า เยาวชนไทยมีทัศนคติอยู่ในระดับดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการจัดการพื้นที่ ด้านการป้องกันและอนุรักษ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบทบาทของภาครัฐ เยาวชนส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับดีทุกด้าน ยกเว้นด้านการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นซึ่งมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง และงานวิจัยของ ธาวิษ ถนอมจิตต์ (2558) ซึ่งศึกษารูปแบบการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชนในเขตจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบพหุภาคีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกโลกเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

นอกจากนี้ในงานวิจัยของ รุจียา แก้วไทรเทียน (2548) ยังพบว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่มีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ จีระพร ทับแก้ว (2550) ซึ่งศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการพัฒนาเกาะช้างเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่าในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้รับผลกระทบทางบวกหรือการได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติมี 3 ปัจจัย คือ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน อาชีพของเยาวชน และการได้รับผลกระทบทางบวกหรือการได้รับประโยชน์ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ร่วมกับผู้แทนกลุ่มด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยจัดกลุ่มแกนนำเยาวชน เพื่อสร้างเครือข่ายให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อพัฒนาระดับทัศนคติจากระดับกลางให้เป็นระดับที่สูงขึ้น และงานวิจัยของ รุจียา แก้วไทรเทียน (2548) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่เป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ส่วนประเด็นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทอื่น พบในงานวิจัยของ ชลาธร ตาลประเสริฐ (2547) ศึกษาความรู้และเจตคติของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรีในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้และเจตคติในระดับปานกลาง นักศึกษามีความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยมีการฝึกอบรม จัดตั้งชมรม จัดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้และเจตคติที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักเรียนนักศึกษาในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ งานวิจัยของ ธาวิษ ถนอมจิตต์ (2558) ศึกษารูปแบบการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชนในเขตจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบ

พหุภาคีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกโลกเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวระหว่าง 60-100 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 97.00 มีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ในระดับปานกลาง ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ในหัวข้อการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องการกิจกรรมพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยวิธีการบรรยายด้วยการนำเสนอความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ของวิทยากร สถานที่ใช้ในอบรม ได้แก่ โรงเรียน สำหรับรูปแบบการเสริมสร้างความรู้ประกอบไปด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจความต้องการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชน ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกระบวนการการเสริมสร้างความรู้ แก่เยาวชน และขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากิจกรรมเสริมสร้างความรู้อย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยของ นันทนา เดชกำธร (2549) ศึกษาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับเยาวชนไทย และวิเคราะห์แผนการปฏิบัติการสื่อสารในการสร้างจิตสำนึก จากโครงการเชิงอนุรักษ์ของ 4 องค์กรคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม มูลนิธิกระต่ายในดวงจันทร์และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 4 หน่วยงานมียุทธศาสตร์เชิงนโยบายที่มุ่งเน้นไปเรื่องปัญหาของธรรมชาติและป่าไม้ การส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างความร่วมมือ การสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว ทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีให้กับเยาวชน ซึ่งแต่ละหน่วยงานได้กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการให้มีความสอดคล้องกับ นโยบายเพื่อเป็นกรอบในการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในการกำหนดนโยบายนั้น หน่วยงานจะพิจารณาว่า ปัญหาใดที่เป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่พบในปัจจุบัน หรือเป็นปัญหาที่ต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้จะพิจารณาจากนโยบายของภาครัฐเป็นองค์ประกอบว่า มีแนวโน้มที่ต้องการแก้ปัญหาอย่างไรบ้างเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนไทยพบว่า โครงการทั้ง 4 ได้ใช้ยุทธศาสตร์การสื่อสารทั้งแบบการมีส่วนร่วม การเรียนรู้เชิงประจักษ์ กิจกรรมกลุ่มและการทดลองปฏิบัติ โดยเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารระหว่างกันภายในกิจกรรมกลุ่ม โดยเรียนรู้และทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ร่วมกันสังเกต มีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ และประสบการณ์ ภายในกลุ่มเยาวชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมกับกิจกรรม ได้เรียนรู้เชิงประจักษ์คือได้รับประสบการณ์ตรง ได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง และได้ทดลองปฏิบัติกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เห็นคุณค่าและเกิดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แผนปฏิบัติการสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกวิเคราะห์ได้ว่า โครงการทั้ง 4 ใช้กลยุทธ์

การสื่อสารที่แตกต่าง เช่น กลยุทธ์การสื่อสารด้วยเพลง เกมส์ ภาพ วิดีโอ บทกวี การแสดงละคร วิทยากร การแสดงดนตรีท้องถิ่น การใช้เทียนสร้างกิจกรรม (กิจกรรมพิธีเทียน) เป็นวิธีการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความสนใจกับกิจกรรม อันจะนำไปสู่การรับรู้และความตระหนักด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยสอดแทรกเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความรู้ในการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันทรงคุณค่าให้มากขึ้น



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้สารสนเทศและเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน 2) เพื่อศึกษาเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและอายุ และ 4) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. **ประชากรที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

- 1.1 [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com)
- 1.2 [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com)
- 1.3 <https://pantip.com/>
- 1.4 [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 1.5 <https://www.instagram.com/?hl=th>
- 1.6 <https://twitter.com/?lang=th>

2. **กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้งานเว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ 1) [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com) 2) [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com) 3) <https://pantip.com/> 4) [www.facebook.com](http://www.facebook.com) 5) <https://www.instagram.com/?hl=th> และ 6) <https://twitter.com>

/?lang=th จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, pp. 607-610) ซึ่งกำหนดไว้ว่าประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

### 1. การสร้างเครื่องมือ

1.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้สารสนเทศ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในข้อ 1 มากำหนดกรอบในการศึกษาและสร้างเป็นแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (check list) และเติมคำ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด (5) เห็นด้วยมาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (1) ประกอบด้วยการรับรู้สารสนเทศ 4 ด้านดังนี้

- 1) เนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้
- 2) วัตถุประสงค์ของการรับรู้
- 3) ประเภทของสารสนเทศที่รับรู้
- 4) แหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด (5) เห็นด้วยมาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (1)

2. การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาความตรงเชิงเนื้อหาและ ความเที่ยงของแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

2.1 การหาความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (content validity) นำแบบสอบถาม



ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องในการใช้ภาษาของแบบสอบถาม นำคำตอบของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมายของการวิจัย (index of item-objective congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่าน คือ ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าจากข้อคำถามจำนวน 47 ข้อ ได้คะแนนตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปมีจำนวน 43 ข้อ ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงการใช้ภาษา และเพิ่มเติมข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ และมีข้อที่ได้คะแนนไม่ถึง 0.50 จำนวน 4 ข้อ จึงดำเนินการตัดออก

2.2 การหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาค่าความเที่ยงด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค์ (Cronbach's alpha method) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.94

### การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้ ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ติดต่อขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้วิจัยแนะนำตัว อธิบายวัตถุประสงค์งานวิจัย และอธิบายสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างที่

ผู้วิจัยคิดว่าจะเหมาะสมกับการเป็นกลุ่มตัวอย่างผ่านเว็บไซต์ที่กำหนดไว้ทั้ง 6 เว็บไซต์ จากนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือจึงทำตามขั้นตอนการเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ครบจำนวน 400 ฉบับ

### การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของคำตอบที่ได้รับในแบบสอบถามออนไลน์
2. นำข้อมูลคำตอบทั้งหมดจากแบบสอบถามออนไลน์แปลงเป็นไฟล์ข้อมูลพร้อมสำเนาไป

คำนวณในโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป โดยให้ค่าคะแนนของการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ซึ่งคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ โดยให้ค่าน้ำหนักของคำตอบ ดังนี้

|                    |                |
|--------------------|----------------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง  | มีค่าเท่ากับ 5 |
| เห็นด้วย           | มีค่าเท่ากับ 4 |
| เห็นด้วยปานกลาง    | มีค่าเท่ากับ 3 |
| เห็นด้วยน้อย       | มีค่าเท่ากับ 2 |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าเท่ากับ 1 |

3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ และ อายุ

4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรายด้าน รายข้อและโดยรวม โดยพิจารณาตามเกณฑ์การแปลความหมายแบบอิงเกณฑ์ (Criterion Reference) 5 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9) ดังนี้

| ระดับคะแนนเฉลี่ย |         | การแปลความหมาย |
|------------------|---------|----------------|
| 4.50 – 5.00      | หมายถึง | ระดับสูงที่สุด |
| 3.50 – 4.49      | หมายถึง | ระดับสูง       |
| 2.50 – 3.49      | หมายถึง | ระดับปานกลาง   |
| 1.50 – 2.49      | หมายถึง | ระดับต่ำ       |
| 1.00 – 1.49      | หมายถึง | ระดับต่ำที่สุด |

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

5.1 การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศและช่วงอายุที่แตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ t-test

5.2 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศกับเจตคติของ เยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของ เพียร์สัน (Pearson's Product Moment correlation coefficient) โดยแปลระดับความสัมพันธ์ตาม เกณฑ์ (Hair; et al, 2008, pp. 286-287) ดังต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ความหมายของระดับความสัมพันธ์

|                       |                                  |
|-----------------------|----------------------------------|
| $\pm 0.81 - \pm 1.00$ | มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก  |
| $\pm 0.61 - \pm 0.80$ | มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง     |
| $\pm 0.41 - \pm 0.60$ | มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง |
| $\pm 0.21 - \pm 0.40$ | มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ     |
| $\pm 0.00 - \pm 0.20$ | มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก  |



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการรับรู้สารสนเทศและเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน 2) เพื่อศึกษาเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและอายุ และ 4) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน โดยภาพรวมและรายด้าน

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและอายุ

**ตอนที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้สื่อความหมายในการวิจัย**

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าคะแนนเฉลี่ย

*S.D.* หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

*n* หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

*t* หมายถึง ค่าที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญ จากการทดสอบ ค่า *t*

*r* หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation)

*df* หมายถึง ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)

\*

หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้งานเว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ (1 [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com) (2 [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com) (3 <https://pantip.com/> (4 [www.facebook.com](http://www.facebook.com) (5 <https://www.instagram.com/?hl=th> และ (6 <https://twitter.com/?lang=th> จำนวน 400 คน สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์คือได้ทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละร้อย 100 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับเพศ และอายุ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และอายุ

| ตัวแปร     | ระดับตัวแปร   | จำนวน      | ร้อยละ     |
|------------|---------------|------------|------------|
| 1. เพศ     | 1.1 ชาย       | 124        | 31.00      |
|            | 1.2 หญิง      | 276        | 69.00      |
| <b>รวม</b> |               | <b>400</b> | <b>100</b> |
| 2. อายุ    | 1. 15 - 20 ปี | 306        | 76.50      |
|            | 2. 21 - 25 ปี | 94         | 23.50      |
| <b>รวม</b> |               | <b>400</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีและส่วนใหญ่อายุ 15 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50 และอายุ 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.50

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน โดยภาพรวมและรายด้าน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยงเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ และด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ มีรายละเอียดดังตารางที่ 2-6

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยงเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนโดยภาพรวมและรายด้าน

| รายการ                           | ระดับการรับรู้ |        |       |
|----------------------------------|----------------|--------|-------|
|                                  | $\bar{X}$      | $S.D.$ | ระดับ |
| 1.ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้   | 3.88           | 0.56   | มาก   |
| 2.ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้   | 3.99           | 0.60   | มาก   |
| 3.ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ | 3.79           | 0.72   | มาก   |
| 4. ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ | 3.81           | 0.68   | มาก   |
| รวม                              | 3.89           | 0.51   | มาก   |

จากตารางที่ 2 พบว่าเยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยงเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89, S.D. = .51$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ ( $\bar{X} = 3.99, S.D. = .60$ ) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ( $\bar{X} = 3.88, S.D. = .56$ ) ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ ( $\bar{X} = 3.81, S.D. = .68$ ) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ ( $\bar{X} = 3.79, S.D. = .72$ )

**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้

| รายการ  | ระดับการรับรู้ |      |         |
|---|----------------|------|---------|
|   | $\bar{X}$      | S.D. | ระดับ   |
| 1. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยว แนวใหม่ที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ  | 3.76           | 0.83 | มาก     |
| 2. ท่านรับรู้ว่ารัฐบาลกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 3.26           | 1.14 | ปานกลาง |
| 3. ท่านรับรู้ว่าหลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 3.98           | 0.87 | มาก     |
| 4. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่น   | 4.03           | 0.75 | มาก     |
| 5. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของชุมชนหรือวัฒนธรรมนั้นๆ                                       | 4.00           | 0.80 | มาก     |
| 6. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวปรับบทบาทสู่การเป็น “ผู้ร่วมผลิต” และ “ผู้ร่วมสร้างสรรค์” เช่น การมีส่วนร่วมในการทดลองทำสินค้าที่ระลึก การทำสินค้าโอท็อป | 3.85           | 0.84 | มาก     |
| 7. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารกับกลุ่มคนหรือนักท่องเที่ยว  | 3.91           | 0.80 | มาก     |
| 8. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับ การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่หาชมได้ยาก  | 3.77           | 0.91 | มาก     |
| 9. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นที่ตนไปเยือน   | 3.95           | 0.83 | มาก     |
| 10. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว  | 4.08           | 0.80 | มาก     |

| รายการ   | ระดับการรับรู้ |      |       |
|--|----------------|------|-------|
|  | $\bar{X}$      | S.D. | ระดับ |
| 11. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้าน วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม และการดำรงชีวิต เช่น การทอผ้า การวาดภาพ การเรียนภาษาท้องถิ่น การทำอาหาร ย่านการค้าโบราณ | 4.03           | 0.83 | มาก   |
| 12. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ   | 4.02           | 0.81 | มาก   |
| 13. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปแบบของสินค้าและบริการ  | 3.83           | 0.85 | มาก   |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>   | 3.88           | 0.56 | มาก   |

จากตารางที่ 3 พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านเนื้อหา สารสนเทศที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88, S.D. = .56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.08, S.D. = .80$ ) รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับ วัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.03, S.D. = .80$ ) และท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้าน วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม และการดำรงชีวิต เช่น การทอผ้า การวาดภาพ การเรียนภาษาท้องถิ่น การทำอาหาร ย่านการค้าโบราณ ( $\bar{X} = 4.03, S.D. = .80$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรับรู้ว่ารัฐบาลกำลังให้ความสำคัญกับการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.26, S.D. = 1.14$ )



**ตารางที่ 4** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ  
 เยาวชน ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้

| รายการ   | ระดับการรับรู้ |             |            |
|--|----------------|-------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | <i>S.D.</i> | ระดับ      |
| 1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตรงกับความสนใจอยากรู้ของตน               | 3.89           | 0.80        | มาก        |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว       | 4.07           | 0.80        | มาก        |
| 3. ท่านชอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                  | 3.92           | 0.90        | มาก        |
| 4. ท่านเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                     | 4.02           | 0.85        | มาก        |
| 5. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นความรู้ใหม่                          | 4.01           | 0.85        | มาก        |
| 6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม | 3.88           | 0.81        | มาก        |
| 7. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มพูนความรู้ของตน              | 4.03           | 0.77        | มาก        |
| 8. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการศึกษา                    | 4.12           | 0.80        | มาก        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.99</b>    | <b>0.60</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4 พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99, S.D. = .60$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการศึกษา ( $\bar{X} = 4.12, S.D. = .80$ ) รองลงมา คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.07, S.D. = .80$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม ( $\bar{X} = 3.88, S.D. = .81$ )

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้

| รายการ  | ระดับการรับรู้ |             |            |
|---|----------------|-------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.        | ระดับ      |
| 1. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ          | 3.47           | 1.04        | มาก        |
| 2. ประเภทโสตทัศนวัสดุ เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รูปภาพ/ป้ายโปสเตอร์ | 3.90           | 0.91        | มาก        |
| 3. ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือดิจิทัล เช่น ซีดีรอม วีดิทัศน์ คลิปวิดีโอ     | 4.00           | 0.90        | มาก        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.79</b>    | <b>0.72</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 5 พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79, S.D. = .72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือดิจิทัล เช่น ซีดีรอม วีดิทัศน์ คลิปวิดีโอ ( $\bar{X} = 4.00, S.D. = .90$ ) รองลงมา คือ ประเภทโสตทัศนวัสดุ เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รูปภาพ ป้าย โปสเตอร์ ( $\bar{X} = 3.90, S.D. = .91$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ( $\bar{X} = 3.47, S.D. = 1.04$ )

**ตารางที่ 6** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

| รายการ  | ระดับการรับรู้ |             |            |
|---|----------------|-------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.        | ระดับ      |
| 1. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล                             | 3.50           | 0.99        | มาก        |
| 2. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถานที่ เช่น โบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ | 3.77           | 0.89        | มาก        |
| 3. แหล่งสารสนเทศที่เป็นบุคคล เช่น ผู้ปกครอง ครู เพื่อน ผู้รู้ ประชาชนชาวบ้าน        | 3.70           | 0.94        | มาก        |
| 4. แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ สถานีวิทยุ                                  | 3.83           | 0.94        | มาก        |
| 5. แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์                         | 4.26           | 0.82        | มาก        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.81</b>    | <b>0.68</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 6 พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81, S.D. = .68$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X} = 4.26, S.D. = .82$ ) รองลงมา คือ แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ สถานีวิทยุ ( $\bar{X} = 3.83, S.D. = .94$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล ( $\bar{X} = 3.50, S.D. = .99$ )

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 7** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| รายการ  | เจตคติ    |      |             |
|---|-----------|------|-------------|
|   | $\bar{X}$ | S.D. | แปล<br>ความ |
| 1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ  | 4.19      | 0.78 | ดี          |
| 2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น   | 4.21      | 0.79 | ดีมาก       |
| 3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้น                            | 4.16      | 0.78 | ดี          |
| 4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ  | 4.11      | 0.79 | ดี          |
| 5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การพัฒนา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้                                    | 4.11      | 0.80 | ดี          |
| 6. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่จะช่วยอนุรักษ์เอกลักษณ์ วิถีชีวิตของชุมชนไว้ได้เป็นอย่างดี                | 4.12      | 0.81 | ดี          |
| 7. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นอกจากจะให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานแล้ว ยังให้ความรู้และสร้างประสบการณ์ที่มีประโยชน์แก่ผู้ท่องเที่ยวด้วย | 4.13      | 0.78 | ดี          |
| 8. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยกระตุ้นให้ตนตระหนักถึงความสำคัญ และอยากรักษาวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่ตลอดไป      | 4.09      | 0.80 | ดี          |
| 9. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็น การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่จะสร้างความสุขทางใจ และผ่อนคลายความเครียดได้                           | 4.13      | 0.78 | ดี          |
| 10. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่เพียงแต่ไปเยี่ยมชมนั้นเพียงพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ           | 3.43      | 1.04 | ดี          |

| รายการ  | เจตคติ      |             |           |
|---|-------------|-------------|-----------|
|   | $\bar{X}$   | S.D.        | แปลความ   |
| 11. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ                | 3.19        | 1.25        | ปานกลาง   |
| 12. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในวันหยุดหรือเทศกาลที่มีวันหยุดต่อเนื่อง เป็นเรื่องน่าเบื่อหน่าย เพราะต้องเผชิญกับความแออัดของนักท่องเที่ยว ไม่น่าปฏิบัติ | 3.49        | 1.20        | ดี        |
| 11. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ                | 3.19        | 1.25        | ปานกลาง   |
| 12. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในวันหยุดหรือเทศกาลที่มีวันหยุดต่อเนื่อง เป็นเรื่องน่าเบื่อหน่าย เพราะต้องเผชิญกับความแออัดของนักท่องเที่ยว ไม่น่าปฏิบัติ | 3.49        | 1.20        | ดี        |
| 13. ท่านพร้อมที่จะเปิดรับและสร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 4.03        | 0.80        | ดี        |
| 14. ท่านพร้อมเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสืบทอดและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนต่างๆ ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                    | 3.99        | 0.85        | ดี        |
| 15. ท่านพร้อมเป็นคนหนึ่งที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | 3.96        | 0.90        | ดี        |
| 16. ท่านพร้อมที่จะพัฒนาตนเองด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 3.93        | 0.90        | ดี        |
| 17. ท่านศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนไปเที่ยวทุกครั้ง   | 3.89        | 0.96        | ดี        |
| 18. ท่านพร้อมที่จะท่องเที่ยวไปในชุมชนต่างๆ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนนั้น เพื่อช่วยส่งเสริมการผลิตสินค้าป้อนสู่ตลาดและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน      | 3.95        | 0.90        | ดี        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.95</b> | <b>0.54</b> | <b>ดี</b> |

จากตารางที่ 7 พบว่า เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.95, S.D. = .54$ ) โดยภาพรวมข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับเจตคติสูงที่สุด มีค่าอยู่ในระดับดีมาก การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น ( $\bar{X} = 4.21, S.D. = .79$ ) รองลงมามีค่าเฉลี่ยเจตคติอยู่ในระดับดี คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ ( $\bar{X} = 4.19, S.D. = .78$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยเจตคติต่ำที่สุด มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง คือ การท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ ( $\bar{X} = 3.19, S.D. = 1.25$ )

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน จำแนกตามเพศและอายุ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและอายุดังรายละเอียดตารางที่ 8-9

**ตารางที่ 8** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน จำแนกตามเพศ

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | สถานะภาพ          |             |                     |             | T           | p-values     |
|--|-------------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|--------------|
|  | เพศชาย<br>(n=124) |             | เพศหญิง<br>(n =276) |             |             |              |
|  | $\bar{X}$         | S.D.        | $\bar{x}$           | S.D.        |             |              |
| 1.ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้               | 3.84              | 0.61        | 3.90                | 0.54        | -.89        | 0.37         |
| 2.ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้               | 3.92              | 0.64        | 4.02                | 0.58        | -1.52       | 0.13         |
| 3.ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้             | 3.81              | 0.80        | 3.78                | 0.69        | .382        | 0.70*        |
| 4. ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้             | 3.87              | 0.69        | 3.78                | 0.67        | 1.145       | 0.25         |
| <b>รวม</b>                                   | <b>3.87</b>       | <b>0.56</b> | <b>3.90</b>         | <b>0.49</b> | <b>-.58</b> | <b>0.56*</b> |

\*p<.05

จากตารางที่ 8 พบว่าเยาวชนที่เพศต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีกว่าเพศชาย และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้านคือด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ โดยเพศชายมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ดีกว่าเพศหญิง และอีก 3 ด้านที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ และด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

**ตารางที่ 9** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน จำแนกตามอายุ

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | อายุ                |             |                     |             | T            | p-values    |
|--|---------------------|-------------|---------------------|-------------|--------------|-------------|
|  | 15-20 ปี<br>(n=306) |             | 21-25 ปี<br>(n =94) |             |              |             |
|  | $\bar{X}$           | S.D.        | $\bar{X}$           | S.D.        |              |             |
| 1.ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้               | 3.85                | 0.56        | 3.97                | 0.55        | -1.71        | 0.09        |
| 2.ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้               | 3.96                | 0.60        | 4.09                | 0.61        | -1.87        | 0.06        |
| 3.ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้             | 3.77                | 0.73        | 3.86                | 0.71        | -1.10        | 0.27        |
| 4.ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้              | 3.82                | 0.69        | 3.79                | 0.65        | .27          | 0.79        |
| <b>รวม</b>                                   | <b>3.87</b>         | <b>0.51</b> | <b>3.96</b>         | <b>0.52</b> | <b>-1.55</b> | <b>0.12</b> |

\*p<.05

จากตารางที่ 9 พบว่าเยาวชนที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ และด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

**ตอนที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังรายละเอียดตารางที่ 10-14

**ตารางที่ 10** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |             |                 |                   |
|--|--|-------------|-----------------|-------------------|
|  | Pearson Correlation                                | p-values    | ทิศทาง          | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1.ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้               | 0.68   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 2.ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้               | 0.77   | 0.00        | เดียวกัน        | สูง               |
| 3.ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้             | 0.48   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำ               |
| 4. ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้             | 0.52   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| <b>ภาพรวม</b>                                | <b>0.77</b>  | <b>0.00</b> | <b>เดียวกัน</b> | <b>สูง</b>        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้นสูง



ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้  | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |          |          |                   |
|---|--|----------|----------|-------------------|
|   | Pearson Correlation                                | p-values | ทิศทาง   | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยว แนวใหม่ที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ  | 0.45   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำ               |
| 2. ท่านรับรู้ว่ารัฐบาลกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 0.24   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำมาก            |
| 3. ท่านรับรู้ว่าหลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   | 0.45   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำ               |
| 4. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่น   | 0.34   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำ               |
| 5. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของชุมชนหรือวัฒนธรรมนั้นๆ                                       | 0.52   | 0.00     | เดียวกัน | ปานกลาง           |
| 6. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวปรับบทบาทสู่การเป็น “ผู้ร่วมผลิต” และ “ผู้ร่วมสร้างสรรค์” เช่น การมีส่วนร่วมในการทดลองทำสินค้าที่ระลึก การทำสินค้าโอท็อป | 0.45   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำ               |
| 7. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับสื่อสารกับกลุ่มคนหรือนักท่องเที่ยว  | 0.41   | 0.00     | เดียวกัน | ต่ำ               |

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้   | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |              |                 |                       |
|--|--|--------------|-----------------|-----------------------|
|  | Pearson<br>Correlation                             | p-<br>values | ทิศทาง          | ระดับ<br>ความสัมพันธ์ |
| 8. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์<br>เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่หา<br>ชมได้ยาก  | 0.44   | 0.00         | เดียวกัน        | ต่ำ                   |
| 9. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี<br>ลักษณะที่นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนใน<br>ท้องถิ่นที่ตนไปเยือน  | 0.52   | 0.00         | เดียวกัน        | ปานกลาง               |
| 10. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิด<br>โอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีความเข้าใจ<br>อย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว   | 0.52   | 0.00         | เดียวกัน        | ปานกลาง               |
| 11. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น<br>เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมด้าน วัฒนธรรมประเพณี<br>ความเชื่อ สภาพสังคม และการดำรงชีวิต เช่น<br>การทอผ้า การวาดภาพ การเรียนภาษาท้องถิ่น<br>การทำอาหาร ย่านการค้าโบราณ | 0.53   | 0.00         | เดียวกัน        | ปานกลาง               |
| 12. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิด<br>โอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ<br>ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของ<br>ท้องถิ่นนั้นๆ  | 0.51   | 0.00         | เดียวกัน        | ปานกลาง               |
| 13. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น<br>เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของ<br>นักท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปแบบของสินค้าและ<br>บริการ  | 0.52   | 0.00         | เดียวกัน        | ปานกลาง               |
| <b>ภาพรวม</b>  | <b>0.68</b>  | <b>0.00</b>  | <b>เดียวกัน</b> | <b>ปานกลาง</b>        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นปานกลาง

**ตารางที่ 12** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |             |                 |                   |
|--|--|-------------|-----------------|-------------------|
|  | Pearson Correlation                                | p-values    | ทิศทาง          | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตรงกับความสนใจอยากรู้ของตน                 | 0.61   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว         | 0.59   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 3. ท่านชอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                    | 0.55   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 4. ท่านเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                       | 0.59   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 5. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นความรู้ใหม่                            | 0.54   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม   | 0.50   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| <b>ภาพรวม</b>  | <b>0.77</b>  | <b>0.00</b> | <b>เดียวกัน</b> | <b>สูง</b>        |

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |             |                 |                   |
|--|--|-------------|-----------------|-------------------|
|  | Pearson Correlation                                | p-values    | ทิศทาง          | ระดับความสัมพันธ์ |
| 7. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มพูนความรู้ของตน                | 0.58   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| 8. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการศึกษา                      | 0.57   | 0.00        | เดียวกัน        | ปานกลาง           |
| <b>ภาพรวม</b>  | <b>0.77</b>  | <b>0.00</b> | <b>เดียวกัน</b> | <b>สูง</b>        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นสูง

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยว<br>เชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของ<br>สารสนเทศที่รับรู้ | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |              |                 |                       |
|--|--|--------------|-----------------|-----------------------|
|  | Pearson<br>Correlation                             | p-<br>values | ทิศทาง          | ระดับ<br>ความสัมพันธ์ |
| 1. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ<br>นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ                | 0.30   | 0.00         | เดียวกัน        | ต่ำ                   |
| 2. ประเภทโสตทัศนวัสดุ เช่น รายการ<br>วิทยุ รายการโทรทัศน์ รูปภาพ/ป้าย<br>โปสเตอร์  | 0.40   | 0.00         | เดียวกัน        | ต่ำ                   |
| 3. ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือดิจิทัล เช่น<br>ซีดีรอม วีดิทัศน์ คลิปวิดีโอ           | 0.41   | 0.00         | เดียวกัน        | ต่ำ                   |
| <b>ภาพรวม</b>  | <b>0.48</b>  | <b>0.00</b>  | <b>เดียวกัน</b> | <b>ต่ำ</b>            |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นต่ำ

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

| การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้           | เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ |             |                 |                   |
|---|--|-------------|-----------------|-------------------|
|   | Pearson Correlation                                | p-values    | ทิศทาง          | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล                             | 0.29   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำมาก            |
| 2. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถานที่ เช่น โบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ | 0.38   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำ               |
| 3. แหล่งสารสนเทศที่เป็นบุคคล เช่น ผู้ปกครอง ครู เพื่อน ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน         | 0.36   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำ               |
| 4. แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ สถานีวิทยุ                                  | 0.41   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำ               |
| 5. แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์                         | 0.48   | 0.00        | เดียวกัน        | ต่ำ               |
| <b>ภาพรวม</b>   | <b>0.52</b>  | <b>0.00</b> | <b>เดียวกัน</b> | <b>ปานกลาง</b>    |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน(Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้สารสนเทศและเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน
2. เพื่อศึกษาเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน

จำแนกตามเพศและอายุ

4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ใช้งานเว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ 1) [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com) 2) [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com) 3) <https://pantip.com/> 4) [www.facebook.com](http://www.facebook.com) 5) <https://www.instagram.com/?hl=th> และ 6) <https://twitter.com/?lang=th> จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการและเติมคำ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด (5) เห็นด้วยมาก (4)

เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (1) มีคำถามเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศ  
4 ด้านดังนี้

- 1) เนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้
- 2) วัตถุประสงค์ของการรับรู้
- 3) ประเภทของสารสนเทศที่รับรู้
- 4) แหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด (5)  
เห็นด้วย มาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (1)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400  
คน ตามที่กำหนดไว้ ผ่านเว็บไซต์ที่กำหนดไว้ทั้ง 6 เว็บไซต์

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ และช่วงอายุ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้  
สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเจตคติต่อ  
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน เป็นรายด้าน รายข้อและโดยรวม

ตอนที่ 4 วิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ  
เยาวชนจำแนกตามเพศและอายุ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่า t-test

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยหาค่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน



## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีและส่วนใหญ่อายุ 15 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50 และอายุ 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.50

2. ตอนที่ 2 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้

2.1 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่น และท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้าน วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม และการดำรงชีวิต เช่น การทอผ้า การวาดภาพ การเรียนภาษาท้องถิ่น การทำอาหาร ย่านการค้าโบราณ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรับรู้ว่ารัฐบาลกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการศึกษา รองลงมา คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม

2.3 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือดิจิทัล เช่น ซีดีรอม วิดีทัศน์ คลิปวิดีโอ รองลงมา คือ ประเภทโสตทัศนวัสดุ เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รูปภาพ ป้าย โปสเตอร์ ส่วนข้อที่มีค่าน้อยที่สุดคือ ประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ

2.4 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ พบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา คือ แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ สถานีวิทยุ ส่วนข้อที่มีค่าน้อยที่สุดคือ แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล

3. ตอนที่ 3 เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยภาพรวมข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับเจตคติสูงสุด มีค่าอยู่ในระดับดีมาก การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น รองลงมามีค่าเฉลี่ยเจตคติอยู่ในระดับดี คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยเจตคติต่ำที่สุด มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง คือ การท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ

4. ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและช่วงอายุ

4.1 การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศ พบว่า เยาวชนที่เพศต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีกว่าเพศชาย และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้านคือด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ โดยเพศชายมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้ดีกว่าเพศหญิง และอีก 3 ด้านที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ และด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้

4.2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน  
จำแนกตามอายุ พบว่า เยาวชนที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าทั้ง 4 ด้าน  
ซึ่งประกอบด้วย ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้ ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้ด้านประเภทของสารสนเทศ  
ที่รับรู้ และด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติ  
ของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นสูง

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหา  
สารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้สารสนเทศการ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้  
สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อ  
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นปานกลาง

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน  
วัตถุประสงค์ของการรับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้  
สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชน  
ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้  
สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นสูง

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภท  
ของสารสนเทศที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้สารสนเทศ  
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อ  
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้  
สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นต่ำ

5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการรับรู้สารสนเทศและเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

1. การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน จากผลการวิจัยพบว่า เยาวชนมีการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เยาวชนเป็นอีกกลุ่มบุคคลหนึ่งที่มีความสนใจรับรู้สารสนเทศและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นความรู้ใหม่ และกำลังอยู่ในความสนใจของสังคม และกำลังทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่เพียงแต่เป็นจุดขายด้านวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงการสนับสนุนความเป็นเอกลักษณ์และกระตุ้นการบริโภควัฒนธรรมท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ (Richards, 2009, pp. 78-19) สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจिया แก้วไทรเทียน (2548) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ส่วนสื่ออื่นๆ มีการเปิดรับค่อนข้างน้อย และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และงานวิจัยของ กันตภณ แก้วสง่า (2560, น. 125) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของปรีชา คำมาดี และสมพงษ์ อัครวิธิปัตติ (2559, น. 396-407) พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเยาวชนต่างนำข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มาพิจารณาประกอบในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของตน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการเดินทาง และคมสิทธิ เกียนวัฒนา (2552) พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อการศึกษาและเรียนรู้ สื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของพิพิธภัณฑสถาน คือ อินเทอร์เน็ต องค์ประกอบที่มีผลต่อแรงจูงใจของการท่องเที่ยว คือ ความน่าสนใจของพิพิธภัณฑสถาน และด้านที่มากที่สุด คือ ด้านวัฒนธรรม

2. เจตคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยภาพรวมข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับเจตคติสูงสุด มีค่าอยู่ในระดับดีมาก คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเจตคติอยู่ในระดับดี คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเยาวชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาจจะเป็นเพราะว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมและเป็นแนวทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่จะสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับประเทศ ผลการวิจัยที่พบนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยของชลลดา มงคลวนิช และรัตนารณ ชาดิวศ์ (2558) ซึ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่ทราบว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากทางอินเทอร์เน็ต และเยาวชนไทยมีทัศนคติอยู่ในระดับดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยของ ธาวิษ ถนอมจิตต์ (2558) ซึ่งศึกษารูปแบบการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชนในเขตจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบพหุภาคีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกโลกเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย นอกจากนี้ในงานวิจัยของ รุจิยา แก้วไทรเทียน (2548) ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนจำแนกตามเพศและช่วงอายุ พบว่า เยาวชนที่เพศต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของเพศส่งผลให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยที่พบนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ Channara, et al (2015, p. 263) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีระดับความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน และงานวิจัยของศราวดี วัชรบัณฑิต (2552, น. 77) ที่ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงและเพศชายมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยเพศหญิงเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าเพศชาย แต่เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า เยาวชนที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่วงอายุที่แตกต่างกันของเยาวชนนั้นไม่มีผลต่อการรับรู้สารสนเทศ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน พบว่า การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อเยาวชนมีการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น จะทำให้มีเจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นสูง จึงนับเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจในการส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศของเยาวชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้าใจและเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เห็นได้จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเยาวชนของ ดาริน วรุณทรัพย์ (2561, น.127) พบว่า การสร้างผู้สื่อความหมายในท้องถิ่น คือ สร้างผู้บรรยายหรือนักสื่อความหมายที่ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเช่นมัคคุเทศก์น้อย คือ เป็นนักเรียนมาพามาชมสถานที่และอธิบายเรื่องราวต่างๆ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับสถานที่ท่องเที่ยวและทำให้เด็กเยาวชนได้เรียนรู้เรื่องราวในท้องถิ่นไปด้วยในตัว และงานวิจัยของ ทิพย์สุดา ปานเกษม (2559, น. 160) ที่พบว่ารูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต้องอาศัยกลุ่มชุมชนขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีมาสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนแสดงความคิดเห็น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจที่ความชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ นันทนา เดชกำธร (2549) ได้ศึกษาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับเยาวชนไทย และวิเคราะห์แผนการปฏิบัติการสื่อสารในการสร้างจิตสำนึก จากโครงการเชิงอนุรักษ์ของ 4 องค์กร พบว่า ประเด็นหนึ่งที่หน่วยงานมียุทธศาสตร์เชิงนโยบายมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างความร่วมมือการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีให้กับเยาวชน นอกจากนี้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การเปิดรับสื่อกับเจตคติและการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีของเยาวชน พบในงานวิจัยของ การดา ร่วมพุ่ม และอุไร คงคาหลวง (2553) ที่ศึกษาความคิดเห็นของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารที่จะมีส่วนสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนโดยรวมของเยาวชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยพฤติกรรมการ

เปิดรับสื่อภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ตของเยาวชนที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และงานวิจัยของ ธนิตา คงชัย (2559, น. 96) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเทศกาลดนตรีกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เทศกาลดนตรีมีความสัมพันธ์กันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติโดยพบเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้** ผลจากการวิจัยพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเจตคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชน มีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ครอบครัว สถานศึกษา ห้องสมุด ศูนย์สารสนเทศ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับเยาวชนจัดกิจกรรมหรือดำเนินการส่งเสริมให้ความรู้แก่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชนทั้งในรูปแบบที่เป็นสื่อต่างๆ หรือรูปแบบกิจกรรมที่ให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ เพื่อให้เยาวชนได้เกิดเจตคติที่ดีกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นกลุ่มคนหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศ

2. **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป** การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งไม่ได้มีการศึกษาเชิงลึกในแต่ละประเภท ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศเจตคติ หรือพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเยาวชนในแต่ละประเภท หรือแต่ละสถานที่เพื่อให้ได้คำตอบที่เฉพาะยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## บรรณานุกรม

- กัณฑ์ถน แก้วสง่า (2560). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- กาญจนรัตน์ รัตน์สนธิ. (2544). การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย: กรณีศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี 4 ปี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)
- การดา ร่วมพุ่ม และอุไร คงคาหลวง. (2553). การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2552). การศึกษาแรงจูงใจของเยาวชนไทยต่อการท่องเที่ยวพืชรักใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และกฤติกา สายณะรัตน์ชัย. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับ เยาวชน. วารสารบริการและการท่องเที่ยว. 13(1), 92-102.
- จีระพร ทับแก้ว. (2550). ความคิดเห็นและทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการพัฒนาเกาะช้างเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ชลลดา มงคลวนิช และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์. (2558). ทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อ แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วารสารการบริการ และการท่องเที่ยวไทย, 10(2), 3-17.
- ชลาธร ตาลประเสริฐ. (2547). ความรู้และเจตคติของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล)
- ฐิติศักดิ์ เวชกามา. (2557). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 9(1), 64-77.
- ดาริน วรณทรัพย์. (2561). รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน ประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์)
- ทิพย์สุดา ปานเกษม. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน จังหวัดน่าน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)



- บุญญลักษณ์ ตำนานจิตร. (2552). การศึกษาเจตคติของนักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีต่อรายวิชาทักษะการสื่อสารเพื่องานธุรกิจเทคโนโลยี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- บุญเรือง ศรีเหรียญ. (2554). การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ. ประทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ธนิดา คงชัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: ในบริบทเทศกาลดนตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- ธาวีษ ถนอมจิตต์. (2558). รูปแบบการเสริมสร้างความรู้แก่เยาวชนในเขตจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบพหุภาคีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกโลกเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 15(2), 35-45.
- ธีระพร อวรรณโณ. (2558). การวัดทัศนคติ: ปัญหาในการเข้าใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม. วารสารครุศาสตร์. 14(2), 133-160.
- ธีรภัทร สุตโต และอภันตรี นาคอำไพ. (2560). การวัดเจตคติ. วารสารการวัดผลการศึกษา. 34(96), 7-20.
- นันทนา เดชกำธร. (2549). ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- นันทนา เดชกำธร. (2549). ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนไทยในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2556). **นิยาม "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์"**  
<http://www.dasta.or.th/creativetourism/th/component/content/category/102-creativetourism.html>
- นุชรี บุญศรีงาม. (2550). การรับรู้สารสนเทศจากสื่อหลายรูปแบบของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

- ปรีชา คำมาดี และสมพงษ์ อัครวิธิปิติ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเยาวชน ในจังหวัดชลบุรี. ใน การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7. (น.396-407). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปาริชาติ แสงระชะฎ. (2551). การรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- แพรวพโยม พัวเจริญ. (2554). การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา)
- ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 6(1), 91-109.
- ภุริวัจน์ เดชอุ้ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย. 33(2), 331-336.
- มณฑิรา พานิชยิ่ง. (2545). การจัดห้องสมุดให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัย (self access learning center). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์พัฒนาศักยภาพบุคคล.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- รุจิรา แก้วไทรเทียน. (2548). การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- วชิระ ชินหนองจอก. (2553). ทฤษฎีการรับรู้. สืบค้นเมื่อ 25 เม.ย. 2562 จาก <http://gotoknow.org/blog/perceptiontheory/282194>.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่ายๆ ที่ บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารวิจัยการศึกษา. 18(3), 8-11.
- วิเชียร อินทรสัมพันธ์. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาการพัฒนาเครื่องมือวัดเจตคติ. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- สมร ทองดี. (2546). จิตวิทยาประยุกต์เพื่อการสื่อสารในงานสารสนเทศ. ในเอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการสื่อสาร (หน่วยที่3). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- สยาม ยูงวิ้ง. (2554) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) ของเยาวชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร)
- สุพัตรา จิงตระกูล และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมั่งเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการธรรมทรศน์. 19(1), 45-54.
- อารีย์ ชื่นวัฒนา. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการและเผยแพร่สารสนเทศ. ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การบริการและเผยแพร่สารสนเทศ: Information services and dissemination (หน่วยที่ 1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Bernstein. D. A. (1999). *Essentials of psychology*. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Channara, R., Sregongsang, S., & Somnuek, P., (2015). The Feasibility of Creative Tourism Activities Development of Koh Trong and Koh Phdao in Kratie Province, Cambodia. *Journal of Liberal Arts Ubon Ratchathani University*. 11(1), 249-281.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Hair, Joseph F.; et al. (2008). *Essentials of marketing research*. Boston: McGraw-Hill.
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2005). *Social Psychology (4th edition)*. London: Prentice-Hall.
- Krejcie, Robert V. And Morgan, Daryle W. Morgan. (1970). Determining sample size for research. *Eduation and Psychological measurement*. 30, 607-610.
- Quinn, Virginia Nichols. (1984). *Applying psychology*. Singapore : McGraw-Hill Book Company.
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds). *Creative Tourism: A global conversation*. Santa Fe: Sunstone Press, pp. 78-90.
- Rosenberg, M. J, & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. New Haven: Yale University Press.

Wisudthiluck, S., Saiphan, P., Teeparakul, O., & Sinda-charak, T. (2016).

Creative Tourism Achievement in Thailand: Evaluated by Experts and Tourists.

Thammasat Review, 19(1), 75-87.



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง การรับรู้สารสนเทศและเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### คำชี้แจง

การวิจัยเรื่อง การรับรู้สารสนเทศและเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศและเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยได้เห็นความสำคัญของเยาวชนในฐานะที่เป็นกลุ่มบุคคลที่จะเติบโตไปเป็นอนาคตของชาติ ซึ่งคำตอบที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้สำหรับเยาวชน อาทิ สถาบันครอบครัว สถานศึกษา หอสมุด ศูนย์สารสนเทศ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับเยาวชน ได้นำไปพิจารณาประกอบการวางแผน ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาความรู้ความเข้าใจของเยาวชนให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศชาติต่อไป **ทั้งนี้คำตอบของทุกท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และการวิจัยเรื่องนี้จะนำเสนอผลในภาพรวม โดยไม่มีผลกระทบใดๆ ทั้งสิ้นต่อผู้ตอบแบบสอบถาม**

#### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมและสร้างประสบการณ์ตรงในชุมชนหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การฝึกทอผ้าในหมู่บ้านที่มีการทอผ้า การฝึกทำหัตถกรรมจักสาน การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางประเพณี เป็นต้น
2. **การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง ความสนใจในการเลือกรวบรวมและทำความเข้าใจสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับของเยาวชน จากแหล่งสารสนเทศและตีความจนทำให้เกิดความรู้ แล้วนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์
3. **เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความพร้อมที่จะปฏิบัติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การรับรู้สารสนเทศและเจตคติของเยาวชนต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### คำอธิบาย

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

15 ปี

16 ปี

17 ปี

18

ปี

19 ปี

20 ปี

21ปี

22

ปี

23 ปี

24 ปี

25 ปี

**ตอนที่ 2 การรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1

คำตอบ

| การรับรู้สารสนเทศ   | ความคิดเห็น |     |         |      |            |
|---|-------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด   | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| <b>ด้านเนื้อหาสารสนเทศที่รับรู้</b>   |             |     |         |      |            |
| 1. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ   |             |     |         |      |            |
| 2. ท่านรับรู้ว่ารัฐบาลกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |             |     |         |      |            |
| 3. ท่านรับรู้ว่าหลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |             |     |         |      |            |
| 4. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่น   |             |     |         |      |            |
| 5. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของชุมชนหรือวัฒนธรรมนั้นๆ                                       |             |     |         |      |            |
| 6. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวปรับบทบาทสู่การเป็น “ผู้ร่วมผลิต” และ “ผู้ร่วมสร้างสรรค์” เช่น การมีส่วนร่วมในการทดลองทำสินค้าที่ระลึก การทำสินค้าโอท็อป |             |     |         |      |            |
| 7. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนหรือนักท่องเที่ยว   |             |     |         |      |            |
| 8. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่หาชมได้ยาก   |             |     |         |      |            |

| การรับรู้สารสนเทศ   | ความคิดเห็น |     |         |      |            |
|---|-------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด   | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 9. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นที่ตนไปเยือน   |             |     |         |      |            |
| 10. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว  |             |     |         |      |            |
| 11. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม และการดำรงชีวิต เช่น การทอผ้า การวาดภาพ การเรียนภาษาท้องถิ่น การทำอาหาร ย่านการค้าโบราณ |             |     |         |      |            |
| 12. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ  |             |     |         |      |            |
| 13. ท่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปแบบของสินค้าและบริการ   |             |     |         |      |            |
| <b>ด้านวัตถุประสงค์ของการรับรู้</b><br>ท่านรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพราะวัตถุประสงค์ต่อไปนี้   |             |     |         |      |            |
| 1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตรงกับความสนใจอยากรู้ของตน  |             |     |         |      |            |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว  |             |     |         |      |            |
| 3. ท่านชอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |             |     |         |      |            |
| 4. ท่านเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  |             |     |         |      |            |
| 5. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นความรู้ใหม่   |             |     |         |      |            |



| การรับรู้สารสนเทศ  | ความคิดเห็น |     |         |      |            |
|--|-------------|-----|---------|------|------------|
|  | มากที่สุด   | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม   |             |     |         |      |            |
| 7. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มพูนความรู้ของตน  |             |     |         |      |            |
| 8. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการศึกษา  |             |     |         |      |            |
| <b><u>ด้านประเภทของสารสนเทศที่รับรู้</u></b><br>ท่านได้เคยรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากประเภทของสารสนเทศต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด |             |     |         |      |            |
| 1. ประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ   |             |     |         |      |            |
| 2. ประเภทโสตทัศนวัสดุ เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รูปภาพ/ป้ายโปสเตอร์  |             |     |         |      |            |
| 3. ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หรือดิจิทัล เช่น ซีดีรอม วีดิทัศน์ คลิปวิดีโอ  |             |     |         |      |            |
| <b><u>ด้านแหล่งหรือช่องทางที่รับรู้</u></b><br>ท่านได้เคยรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากแหล่งสารสนเทศต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด      |             |     |         |      |            |
| 1. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล  |             |     |         |      |            |
| 2. แหล่งสารสนเทศที่เป็นสถานที่ เช่น โบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ  |             |     |         |      |            |
| 3. แหล่งสารสนเทศที่เป็นบุคคล เช่น ผู้ปกครอง ครู เพื่อน ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน  |             |     |         |      |            |
| 4. แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ สถานีวิทยุ   |             |     |         |      |            |
| 5. แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์  |             |     |         |      |            |

**ตอนที่ 3 เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1

คำตอบ

| เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | ความคิดเห็น |     |         |      |            |
|---|-------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด   | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ  |             |     |         |      |            |
| 2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยได้มากขึ้น   |             |     |         |      |            |
| 3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้น                            |             |     |         |      |            |
| 4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ  |             |     |         |      |            |
| 5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การพัฒนา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้                                    |             |     |         |      |            |
| 6. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่จะช่วยอนุรักษ์เอกลักษณ์ วิถีชีวิตของชุมชนไว้ได้เป็นอย่างดี                |             |     |         |      |            |
| 7. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นอกจากจะให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานแล้ว ยังให้ความรู้และสร้างประสบการณ์ที่มีประโยชน์แก่ผู้ท่องเที่ยวด้วย |             |     |         |      |            |
| 8. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญ และอนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่ตลอดไป         |             |     |         |      |            |

| เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  | ความคิดเห็น |     |         |      |            |
|---|-------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด   | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 9. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็น การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่จะสร้างความสุขทางใจ และผ่อนคลายความเครียดได้                                 |             |     |         |      |            |
| 10. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่เพียงแต่ไปเยี่ยมชมนั้นเพียงพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ                 |             |     |         |      |            |
| 11. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ เป็นการเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อย ไม่น่าปฏิบัติ               |             |     |         |      |            |
| 12. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในวันหยุดหรือเทศกาลที่มีวันหยุดต่อเนื่อง เป็นเรื่องน่าเบื่อหน่าย เพราะต้องเผชิญกับความแออัดของนักท่องเที่ยว ไม่น่าปฏิบัติ |             |     |         |      |            |
| 13. ท่านพร้อมที่จะเปิดรับและสร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |             |     |         |      |            |
| 14. ท่านพร้อมเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสืบทอดและเผยแพร่ ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนต่างๆ ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                   |             |     |         |      |            |
| 15. ท่านพร้อมเป็นคนหนึ่งที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  |             |     |         |      |            |
| 16. ท่านพร้อมที่จะพัฒนาตนเองด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์   |             |     |         |      |            |
| 17. ท่านศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนไปเที่ยวทุกครั้ง   |             |     |         |      |            |
| 18. ท่านพร้อมที่จะท่องเที่ยวไปในชุมชนต่างๆ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนนั้น เพื่อช่วยส่งเสริมการผลิตสินค้าป้อนสู่ตลาดและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน      |             |     |         |      |            |