รายงานการวิจัย

นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

The Innovation for creating storytellers to communicate the Interpretation of tourism according to the concept of BCG: Khao Takhian Ngo Community Enterprise

ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ
สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2567

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

The Innovation for creating storytellers to communicate the Interpretation of tourism according to the concept of BCG: Khao Takhian Ngo Community Enterprise

ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ สาขาวิชาภาษาไทย
คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ทุนอุดหนุนโดย
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ประเภททุนอุดหนุนงานวิจัย พัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ประจำปีงบประมาณ 2567

ชื่องานวิจัย นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ผู้วิจัย ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ

สาขาวิชา ภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ปีเสร็จวิจัย 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG และเพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG โดยกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ ในการเข้าร่วมโครงการและคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ 1) คู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ 2) แบบประเมินค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ 3) แบบประเมินคู่มือโครงการและการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ โดยเป็นแบบที่ใช้สำหรับสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการ ผลการวิจัยเนื้อหาในคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะมีความเหมาะสมกับ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เหมาะสมต่อการนำไปถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจต่อไป โดยมีค่า IOC อยู่ที่ 0.92 ซึ่งจากการประเมินประสิทธิภาพค่า IOC อยู่ ในช่วง 0.5 – 1.00 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถนำไปใช้ได้ และผลหลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำคู่มือเป็นส่วนหนึ่งในการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ผลการถ่ายทอดพบว่า ผู้ที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.83 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.12

คำสำคัญ : นวัตกรรม , นักเล่าเรื่อง , สื่อความหมาย , นักท่องเที่ยว , แนวคิดBCG ,

Title The Innovation for creating storytellers to communicate the Interpretation of tourism according to the concept of BCG: Khao Takhian Ngo Community Enterprise

Researcher Thitikarn Kaeowiset

Major Education of Thai

Phetchabun Rajabhat University **2024**

Abstract

This research aimed to study the problems and needs related to the development of tourism storytellers based on the BCG (Bio-Circular-Green Economy) model and to create an innovation manual for developing tourism storytellers in alignment with the BCG concept. The target group consisted of members of the Khao Takhian Ngo Community Enterprise Group, located in Khao Kho Subdistrict, Khao Kho District, Phetchabun Province, along with other interested individuals, totaling 40 participants. The research instruments included: (1) the Innovation Manual for Developing Tourism Storytellers Based on the BCG Concept: Khao Takhian Ngo Community Enterprise, (2) a content validity assessment form for the innovation manual, and (3) an evaluation form for both the manual and the knowledge transfer project, designed for participants' feedback.

The research findings revealed that the content of the innovation manual was appropriate and aligned with the project's objectives. It was deemed suitable for transferring knowledge to the Khao Takhian Ngo Community Enterprise Group and interested individuals. The Index of Item-Objective Congruence (IOC) was 0.92, falling within the acceptable range of 0.5–1.00, indicating that the manual could be practically implemented. Subsequently, the manual was utilized in a hands-on training workshop to transfer knowledge about the innovation. The results showed that participants expressed the highest level of satisfaction with the training, with a mean score of 4.83 and a standard deviation of 0.12.

Keywords : The Innovation , storytellers , Interpretation , tourism , concept of BCG

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยคำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ความกรุณา ให้คำปรึกษาแนะนำให้แก่ผู้วิจัย ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ที่ได้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องประวัติความเป็นมาของเขาตะเคียนโง๊ะ สภาพทั่วไปของหมู่บ้านสนสวย สภาพเศรษฐกิจ สังคม และความต้องการในด้านการพัฒนาสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเที่ยวเขาตะเคียนโง๊ะให้เป็นนักเล่าเรื่องสื่อความหมายให้เกิดความน่าสนใจ

ขอขอบพระคุณทีมวิทยากร อาจารย์นงลักษ์ ยุทธศิลปเสวี อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา และอาจารย์ภรวลัญช์ มาอยู่ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณผู้ที่สนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมและโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในการดำเนินงานตลอดมา ทำให้การดำเนินการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้สนับสนุนงานวิจัยทุกท่าน และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ

18 สิงหาคม 2568

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ข
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
	1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
	1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
	1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
	1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	4
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
	2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง	6
	2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม	6
	2.1.2 ความสำคัญของนวัตกรรม	8
	2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่อง	9
	2.1.4 ความสำคัญของการพูดเล่าเรื่อง	9
	2.1.5 ลักษณะของนักเล่าเรื่องชุมชน	11
	2.1.6 การเล่าเรื่อง	11
	2.2 การสื่อความหมาย	13
	2.2.1 ความหมายของการสื่อความหมาย	13
	2.2.2 ประเภทของการสื่อความหมาย	16
	2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยว	19
	2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	20
	2.4 แนวคิด BCG	21
	2.4.1 ความหมายของแนวคิด BCG	21
	2.4.2 ความสำคัญของแนวคิด BCG ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว	23
	2.4.3 การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG กับการท่องเที่ยวชุมชน	24

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หน้า

	2.4.4 BCG กับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน	25
	2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	32
	3.1 ขอบเขตของโครงการวิจัย	32
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
	3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
	3.4 การดำเนินการวิจัย	35
	3.5 ระเบียบวิธีวิจัย	35
บทที่ 4	ผลการวิจัย	37
	4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
	4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	43
	5.1 สรุปผลการวิจัย	43
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	44
	5.3 ข้อเสนอแนะ	48
บรรณานุกรม		49
ภาคผนวก		53
	ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ	54
	ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและแบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	59
	ภาคผนวก ค ตัวอย่างคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายฯ	67
	ภาคผนวก ง โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการภายใต้โครงการวิจัย และแบบประเมินโครงการ	73
	ภาคผนวก จ แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์	89
ประวัติผู้วิจัย		92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เกี่ยวกับเรื่อง คู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ	38
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบประเมิน โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้าง นักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ	40

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เขาตะเคียนโง๊ะ เป็นจุดชมวิวบนยอดเขาที่สามารถชมวิวได้รอบตัว 360 องศา ตั้งอยู่ในตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ระหว่างเส้นทางจากพระตำหนักเขาค้อ ไปยังทุ่งแสลงหลวง ในยามเช้าของฤดูฝน และฤดูหนาว จะเห็นวิวทะเลหมอกได้ 360 องศา โดยเฉพาะทางด้านทิศวันออก ซึ่งมีเขาย่าเป็นฉากหลัง คล้ายกับฟูจิเมืองไทย ส่วนทางทิศเหนือเป็นทะเลหมอกผืนเดียวกับที่เห็นได้จากจุดชมวิวใกล้อำเภอเขาค้อ เป็นหมอกที่เกิดขึ้นเหนืออ่างเก็บน้ำรัตนัยทอดตัวยาวมาจนถึงเขาตะเคียนโง๊ะ ทั้งนี้มีบริเวณจุดกางเต็นท์ จัดสรรพื้นที่เป็นชั้น ๆ เพื่อใช้รองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีห้องน้ำ ร้านค้า และร้านอาหารใกล้เคียงไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวให้ความนิยมเดินทางมาเป็นจำนวนมาก

วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคอยให้บริการและความช่วยเหลือกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนมีความต้องการ ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยเพิ่มรายได้เศรษฐกิจของชุมชน โดยเป็นรายได้ที่มาจากภาคการท่องเที่ยวและการเพิ่มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานใน การสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจของชุมชน คือ การสร้างการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณี ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่มีจิตสำนึกรักษ์บ้านเกิด รับรู้คุณค่าและ สืบสานภูมิปัญญา ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้คงอยู่ อย่างไรก็ดีพบว่า ยังไม่มีการจัดการด้านการการสร้างนักเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายการท่องเที่ยว และขาดการนำชมแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ตลอดจนยังไม่มีรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายอย่างสมบูรณ์โดยให้มีกิจกรรมที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจของชุมชนกับการพัฒนาศักยภาพเพื่อการนำชมแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG ต่อไป

ในการลงพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า เขาตะเคียนโง๊ะ เป็นจุดชมวิวที่มีจุดเด่น คือ สามารถชม

วิวได้ 360 องศา เพราะเป็นยอดเขาสูงปลายแหลม จึงทำให้ช่วงเช้าสามารถมองเห็นวิวทะเลหมอกได้รอบตัว ทั้งทะเลหมอกที่เกิดจากอ่างเก็บน้ำรัตนัยเขาค้อ และทะเลหมอกฝั่งเขาย่า พระตำหนักเขาค้อ และพื้นที่ราบเขตต่อเนื่องไปถึงทุ่งแสลงหลวง ทั้งนี้จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เขาตะเคียนโง๊ะ เป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่ ซึ่งจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก บนยอดเนินสามารถนำเต็นท์มากางเพื่อรอชมทะเลหมอกยามเช้าได้มากกว่า 100 เต็นท์ รายล้อมรอบเนินเขา 360 องศา มีห้องน้ำอำนวยความสะดวกหลายจุด นักท่องเที่ยวสามารถจองทำเลการตั้งเต็นท์ได้ตามต้องการ แต่ยังไม่มีการจัดการด้านการสื่อความหมายและนักเล่าเรื่องเพื่อนำเสนอข้อมูลและเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจากการสอบถามประธานกลุ่ม พบว่า มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพทางด้านการเล่าเรื่องและการสื่อความหมายการท่องเที่ยว อันจะช่วยเพิ่มพูนทักษะและเพิ่มการนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขาตะเคียนโง๊ะ

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อออกแบบนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ เพื่อการนำชมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจและได้นำไปพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายตามความต้องการนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับความสามารถและเพิ่มรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจเชื่อมโยงเศรษฐกิจของชุมชน และเพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจของชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

1.2.2 เพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย

1.พื้นที่ในการวิจัยเพื่อประเมินความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

2. พื้นที่ในการทำวิจัยเพื่อออกแบบนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ที่คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3. พื้นที่ในการวิจัยเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 30 คน

ระยะเวลาในการวิจัย

เดือนตุลาคม 2567 ถึง เดือนสิงหาคม 2568

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์หรือการนำแนวคิด เทคโนโลยี กระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่า ปรับปรุงประสิทธิภาพ หรือสร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญในระบบ เศรษฐกิจ สังคม หรือวัฒนธรรม โดยอาจเป็นการพัฒนาใหม่ทั้งหมด หรือการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น

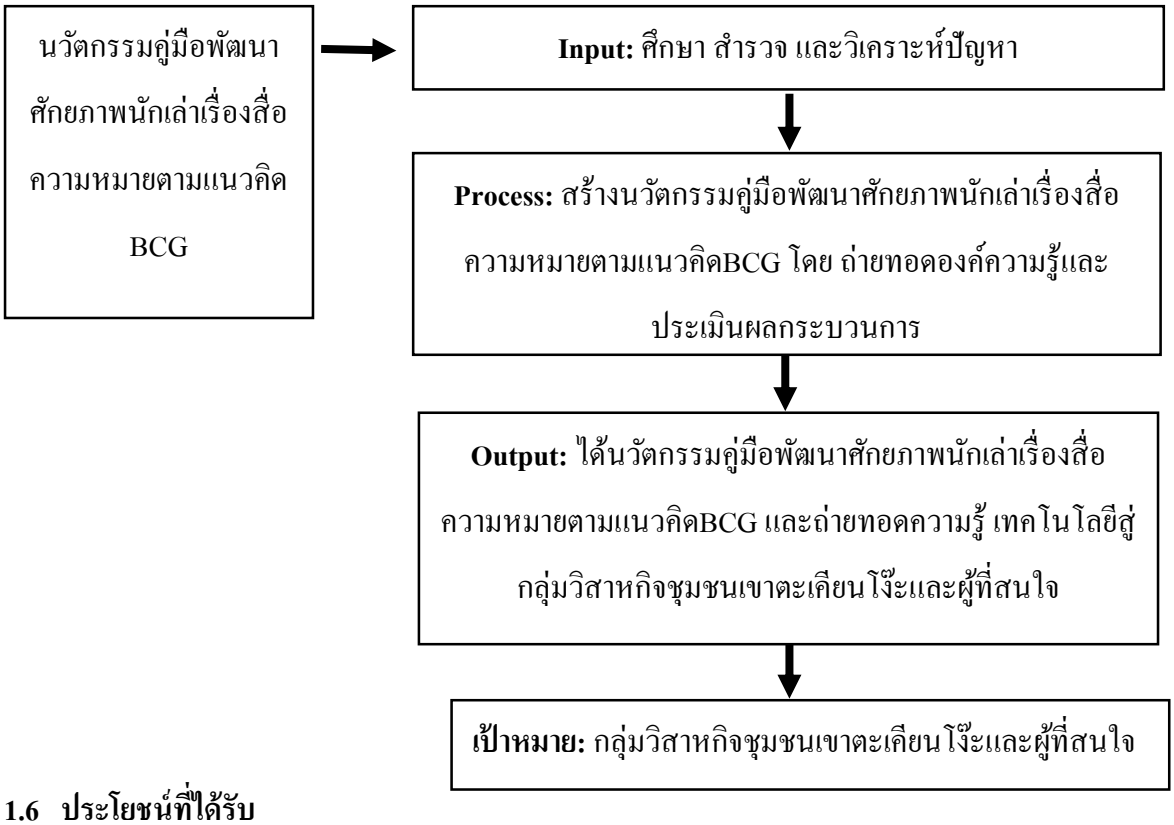
นักเล่าเรื่อง (Storytellers) หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านวิธีการเล่าที่มีศิลปะ โดยใช้ภาษาพูด ภาษากาย สื่อโสตทัศน์ หรือเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้าใจและแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟัง

สื่อความหมาย (Interpretation) หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราวข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว (ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม) ไปสู่นักท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคและวิธีการที่ง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกซาบซึ้งและภาคภูมิใจ ในคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรม อีกทั้งได้รับความพลิดเพลินและประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการ ไปเยือนพื้นที่แห่งนั้น

แนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) หมายถึง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่เน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืน (Bio), การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Circular), และการพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green)

นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย หมายถึง แนวทางหรือรูปแบบใหม่ในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราว ข้อมูล และองค์ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ และเกิดความเข้าใจแก่ผู้ฟังหรือผู้รับสาร

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1. ได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

1.6.2 ได้นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง

2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม

2.1.2 ความสำคัญของนวัตกรรม

2.1.3 ความหมายของการสร้างนักเล่าเรื่อง

2.1.4 ความสำคัญของการพูดเล่าเรื่อง

2.1.5 ลักษณะของนักเล่าเรื่องชุมชน

2.1.6 ทักษะสำคัญของนักเล่าเรื่อง

2.2 การสื่อความหมาย

2.2.1 ความหมายของการสื่อความหมาย

2.2.2 ประเภทของการสื่อความหมาย

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.4 แนวคิด BCG

2.4.1 ความหมายของแนวคิด BCG

2.4.2 ความสำคัญของแนวคิด BCG ต่อการท่องเที่ยว

2.4.3 การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG กับการท่องเที่ยวชุมชน

2.4.4 BCG กับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง

2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ ขึ้นมาความสามารถในการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่กระบวนการผลิตใหม่หรือบริการใหม่ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด (ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบราชการไทย. 2551) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้หลายท่าน ดังนี้

Rogers (1983: 11) อธิบายความหมายของคำนวัตกรรมว่า “นวัตกรรมคือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคน หรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม (Innovation is a new idea, practice or object that is perceived as new by the individual or other unit of adoption)” ไม่ว่าความคิดนั้นจะเป็นสิ่งใหม่นับตั้งแต่เริ่มใช้ หรือถูกคนพบครั้งแรกหรือไม่ก็ตาม ขึ้นอยู่กับการที่ บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่หรือไม่โดยความเห็นของบุคคลเองจะเป็นผู้ตัดสินการตอบสนองของ บุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลเห็นว่าความคิดนั้นเป็นสิ่งใหม่สำหรับตนความคิดนั้นก็เป็นนวัตกรรม สิ่งใหม่ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมไม่จำเป็นจะต้องใหม่จริง ๆ แต่อาจจะหมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมาแล้วแต่ได้หยุดกันไประยะเวลาหนึ่ง ต่อมาได้มีการรื้อ ฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์ใหม่นั้นได้ ก็นับว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งใหม่ได้ ดังนั้นนวัตกรรม อาจหมายถึงสิ่งใหม่ๆ ดังต่อไปนี้

1. สิ่งใหม่ที่ไม่ เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อนเลย
2. สิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วในอดีตแต่ได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่
3. สิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม

สอดคล้องกับคำนิยามนวัตกรรมของ Roy Rothwell และPaul Gardiner (1985) ที่กล่าว ไว้ว่า “นวัตกรรม ไม่จำเป็นจะต้องสื่อถึงการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ออกสู่ตลาดเพียง อย่างเดียวแต่จะรวมไปถึงการก่อประโยชน์อย่างคุ้มค่าของเทคโนโลยีที่แม้จะเป็นเพียงแค่การ ปรับปรุงอะไร บางสิ่งบางอยางเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ” ซึ่งPeter F. Drucker (2007) กล่าวในทำนองเดียวกันว่านวัตกรรม

จะกระทบต่อสังคมทางเศรษฐกิจการเปลี่ยนพฤติกรรมของคนทั่วไปหรือการ เปลี่ยนในกระบวนการ

ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบราชการไทย (2551) ให้ความหมายว่า นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ที่ได้กล่าวถึงนวัตกรรมไว้ว่า เป็นการทำสิ่ง ใหม่ขึ้นมา เป็นความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทาง เทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่กระบวนการผลิตใหม่หรือบริการใหม่ซึ่ง ตอบสนองความต้องการของตลาด ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิด ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิด ประโยชน์ต่อตนเองและสังคม หรือการหยิบจบเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่า การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่านั่นคือนิยามของนวัตกรรม

Hughes (2003) ได้ให้ความหมายของคำ “นวัตกรรม” ไว้ว่า เป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ ผ่านการทดลอง หรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มตั้งแต่ 1) การคิดค้น (Invention) 2) การพัฒนา (Development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) และ 3) นำไปปฏิบัติจริง (Implement)

Aujirapongpan, Vadhanasindhu, Chandrachai, and Cooparat (2010, 54) ได้สรุปคำนิยามของ นวัตกรรมไว้ว่า “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่ง อาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม”

การให้ความหมายของคำว่านวัตกรรม มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามในหลายแง่มุมที่แตกต่างกันออกไปตามพื้น ฐานความรู้และวิชาชีพ อย่างไรก็ตาม เมื่อได้พิจารณาประเด็นที่เป็นแก่นหลักของคำนิยามต่าง ๆ แล้ว Aujirapongpan, et al. (2010) ได้จำแนกนวัตกรรมออกเป็นมิติที่สำคัญไว้ 3 ประการ ดังนี้ 1. ความใหม่ (Newness) สิ่งนั้นจะถูกระบุได้ว่าเป็นนวัตกรรมหรือไม่ ต้องมีคุณลักษณะคือ ความใหม่ ซึ่ง หมายถึงเป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์

บริการ หรือกระบวนการก็ได้โดยเป็นการปรับปรุง จากของเดิม หรือพัฒนาขึ้นใหม่ก็ได้ 2. การเป็นประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) มิติประการที่สองนี้ได้บ่งบอกเกี่ยวกับลักษณะ ของการเป็นนวัตกรรมที่ให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ นวัตกรรมต้องสามารถทำให้ เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจสามารถวัดได้เป็นตัวเงิน หรืออยู่ในรูป ที่ไม่ใช่ตัวเงินก็ได้ 3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) ในมิติสุดท้ายที่จะบ่งบอก การเป็นนวัตกรรมในลักษณะของการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ก็คือ สิ่งที่จะถือว่าเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิด จากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียน หรือการทำซ้ำ

จากคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า “นวัตกรรม ” หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มี ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม เกิดจากความคิด การปฏิบัติ หรือ พฤติกรรมซึ่งคนกลุ่มหนึ่งยอมรับว่าเป็นสิ่งใหม่ โดยมีขบวนการนำเสนอสิ่งใหม่สู่สังคมจนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนระบบค่านิยมเดิม ๆ ในสังคม และเกิดการ พัฒนาปรับปรุงวิธีการปฏิบัติที่ทำอยู่เดิมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถนำเทคโนโลยีมาก่อให้เกิดคุณค่าและเกิดประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย

2.1.2 ความสำคัญของนวัตกรรม

ปิยะ ตันติเวชยานนท์ (2560: 102) กล่าวถึง ความสำคัญของนวัตกรรม ไว้ว่า การเป็นองค์การแห่งนวัตกรรมมีความสำคัญคือ เป็นความสามารถในการแข่งขัน องค์การจะ สามารถนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และตรงเป้าหมาย องค์การ แห่งนวัตกรรมสามารถผลิตสินค้าได้เร็วขึ้น คุณภาพสินค้าสูง ต้นทุนการผลิตต่ำ การสั่งซื้อต่อหน่วยต่ำ การนำเสนอความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภคองค์การที่เป็นผู้นำทางธุรกิจมักมีความสำเร็จจากนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่งไม่ว่าเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดการ และด้านการตลาดและองค์การที่ความสามารถจะสร้างนวัตกรรมปัจจุบัน และ สร้างความเป็นไปได้ของนวัตกรรมแห่งอนาคต องค์การแห่งนวัตกรรมจะนำมาซึ่งนวัตกรรม ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์การแห่งนวตักรรมมีความสัมพันธ์ กับความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อลูกค้าหรือผู้มารับบริการจะเห็นได้จากการสร้างความพึงพอใจการสร้างความแตกต่างการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการลดต้นทุนในการบริหารจัดการ

สนั่น เถาชารี (2551) กล่าวว่า ความพยายามสร้างนวัตกรรม เป็นการคิด และทำความคิดให้เกิดผลเชิงประจักษ์เป็นพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมของบุคคล ซึ่งแบ่งเป็น 3 มิติ คือ การสร้างความคิด การสนับสนุนความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ทั้งนี้ ประเวช ชุ่มเกษรกูลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร (2561) กล่าวว่า นวัตกรรมที่สร้างขึ้นจะมีคุณภาพอย่างไร สามารถสะท้อนได้จาก นวัตกรรมนั้นสร้างความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตผลงานตั้งไว้ รวมถึงมีการบอกต่อหรือ มีผู้นำไปปฏิบัติ

จากคำนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมมีความสำคัญต่อองค์การ เนื่องจากนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนความก้าวหน้าของสังคม นวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดต้นทุนเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างสรรค์ความรู้ใหม่การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะขององค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรม องค์กร ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ อีกทั้งยังช่วยให้สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่อง

นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ(2561) กล่าวว่าการสร้างนักเล่าเรื่องเป็นการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน ให้มีความสามารถในการเล่าเรื่องราวท้องถิ่น มีวิธีการไม่ยุ่งยากซับซ้อน สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่มเป้าหมายให้สามารถเล่าเรื่องประสบการณ์ในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เทคนิควิธีการในการสร้างนักเล่าเรื่อง ต้องมีการค้นหาภูมิปัญญา อัตลักษณ์เด่นในชุมชน การศึกษา การค้นคว้า การเตรียมกรเล่าเรื่องฝึกปฏิบัติสร้างนักเล่าเรื่อง

พัชโรดม อุนสุวรรณ(มปป.) กล่าวว่า นักเล่าเรื่อง เป็นผู้ถ่ายทอดคุณค่าของชุมชนด้วยการบอกเล่า พูดคุยแบบมีชีวิตชีวา และไม่จำเป็นต้องมีรายได้โดยตรงจากการนำเที่ยว ในทางตรงข้ามนักเล่าเรื่องที่เก่ง จะช่วยทั้งชุมชน(รวมทั้งตัวนักเล่าเรื่องเอง) มีรายได้ทางอ้อมจากคุณค่าที่สื่อสารออกไป

ดังนั้น นักเล่าเรื่อง หมายถึง ผู้ถ่ายทอดเรื่องราวหรือข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนหรือพื้นที่ท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ผ่านการบอกเล่าด้วยคำพูดหรือการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ จุดมุ่งหมายของการเล่าเรื่องท้องถิ่นคือการสร้างความเข้าใจและความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นนั้นให้กับผู้ฟัง พร้อมทั้งสร้างความภูมิใจในวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการเล่าเรื่องท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ และยังเป็นวิธีการที่สามารถทำให้ผู้คนจากที่อื่นได้รับรู้และเข้าใจความสำคัญของท้องถิ่นนั้นอย่างลึกซึ้ง

2.1.4 ความสำคัญของการพูดเล่าเรื่อง

ฉันทนา ปรรณารม (2561) ให้ความสำคัญของการพูดไว้ดังนี้1) สร้างภาพลักษณ์ คือ เป็นการพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เห็นคุณค่า คุณสมบัติที่ดีของ “งาน สินค้าหรือองค์กร” ในหน่วยงานของผู้พูดเป็นการสร้างความเชื่อถือ ความศรัทธา เกิดทัศนคติและค่านิยมที่ดีส่งผลให้ประสบผลสำเร็จต่อหน้าที่การงานและตามวัตถุประสงค์ที่ผู้พูดต้องการการสร้างภาพลักษณ์ที่ดียอม ทำให้เกิดความประทับใจในสิ่งที่ต้องการน าเสนอและบรรลุผลตามต้องการของ “ผู้ส่งสาร” ส่วนใหญ่จะเน้นความสำคัญของครอบครัวและการช่วยเหลือสังคม ผู้ด้อยโอกาส 2) ลดความขัดแย้ง คือ ในชีวิตประจ าวัน “ความขัดแย้ง” เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้“ความขัดแย้ง” ในการประกอบอาชีพ มักเริ่มต้นจากการขัดแย้งด้านความคิด การกระท าจากเรื่องเล็ก ๆ ลุกลามไปจนส่งผล ต่อการทำงาน อาจทำให้งานหยุดชะงักสร้างความเสียหายตามมา ดังนั้น การพูดเพื่อลดความขัดแย้ง จึงมีความสำคัญยิ่งต่อทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะด้านธุรกิจที่ต้องสัมพันธ์กับ“ลูกค้า” การพูดเพื่อ รักษาลูกค้า ถือเป็น การรักษาผลประโยชน์ต่อองค์กรหรือหน่วยงาน

การเล่าเรื่อง หรือ Storytellingเป็นวิธีการหรือเครื่องมือประเภทหนึ่งของการจัดการความรู้ ในการดึงเอาประสบการณ์ หรือความรู้ที่อยู่ภายในของผู้เล่าออกมาเล่าให้บุคคลอื่นฟัง ผู้ฟังสามารถนำเอาประสบการณ์ หรือความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นในการศึกษาเรื่องนั้น ๆ ใหม่

เอกปวีร์ สีฟ้า (2566) ได้ให้กล่าวถึงการเล่าเรื่องว่าเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถช่วยเสริมสร้างจินตนาการ เปิดโอกาสให้เด็กได้เล่าในสิ่งที่เขาคิด สิ่งที่เขาอยากเล่า ผ่านการเรียบเรียงเป็นถ้อยคำเพื่อสื่อสารออกมา หากครูหรือผู้ปกครองสามารถส่งเสริมให้เด็กมีทักษะการเล่าเรื่องก็จะเป็นผลดีต่อตัวเด็กในอนาคต เช่นสามารถสื่อสารใจความสำคัญได้ตามที่ต้องการ โน้มน้าวใจผู้ฟังได้ ดังนั้นการที่ครูจะใช้เวลาในชั่วโมงเรียนหรือผู้ปกครองใช้ช่วงปิดภาคเรียนในการส่งเสริมให้เด็กได้ฝึกทักษะการอ่าน และพูดเล่าเรื่องก็เป็นทางเลือกสิ่งที่น่าสนใจ

การเล่าเรื่องนับได้ว่าเป็นเทคนิคการจัดการเรียนการสอนอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ดังนี้

1. การเล่าเรื่องปากเปล่าจะช่วยเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบัน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และส่งเสริมการคิดเป็นภาพ

2. หล่อหลอมความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน การเล่าเรื่องให้ใครฟังหรือฟังเรื่องราวของใครบางคน ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงของความเข้าใจระหว่างผู้คนและส่งเสริมการฟังอย่างกระตือรือร้น

3. การเล่าเรื่องช่วยให้เราเข้าใจโลกรอบตัวเรา เนื่องจากมนุษย์เราแสวงหาคำอธิบายจากธรรมชาติ แม้แต่วิทยาศาสตร์ก็ถือได้ว่าเป็นการเล่าเรื่องชนิดหนึ่ง

การสื่อสารด้วยการสร้างการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้การสื่อสาร สร้างกระแสความสนใจในการมาท่องเที่ยวด้วยการสร้างและขยายเนื้อหาสารที่ น่าสนใจและชัดเจนผ่านพื้นที่สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่นำมาสู่การมาท่องเที่ยวและ เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ (กรกนก นิลดำ: 2563)

2.1.5 ลักษณะของนักเล่าเรื่องชุมชน

อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่(มปป.)กล่าวว่า นักเล่าเรื่องชุมชน คือ บุคคลที่ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนของตน อาจเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือเกร็ดที่น่าสนใจ ซึ่งเสน่ห์ที่สำคัญยิ่ง คือเป็นการถ่ายทอดในรูปแบบ เล่าจากใจ ไม่ใช่การท่องจำ นักเล่าเรื่องจึงควรเป็นคนในชุมชนเอง ที่สามารถถ่ายทอดในสิ่งที่เคยได้ยินได้ฟังจากผู้เฒ่าผู้แก่มา เล่าจากความทรงจำที่ตัวเองได้ประสบพบเจอมา หรือสะท้อนผ่านการพาไปเยี่ยมวิถีชีวิต ต้องเป็นคนที่มีชีวิตชีวา และภาคภูมิใจที่จะถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้น

นักเล่าเรื่องชุมชน จะแตกต่างจากมัคคุเทศน์ในการนำเที่ยว เพราะเน้นไปที่การถ่ายทอดคุณค่าของชุมชน ด้วยการบอกเล่า พูดคุย อย่างมีชีวิตชีวา และไม่จำเป็นต้องมีรายได้โดยตรงจากการนำเที่ยว ในทางตรงข้าม นักเล่าเรื่องที่เก่ง จะช่วยให้ทั้งชุมชน มีรายได้ทางอ้อมจากการสื่อสารออกไป อาทิ การเล่าตำนานความศักดิ์สิทธิ์ของวัดในชุมชน ทำให้ผู้คนอยากมากราบไหว้ขอพร หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน ด้วยการเล่ากรรมวิธีการทำที่ประณีตสูง เป็นต้น

นักเล่าเรื่องชุมชน (Community Storyteller) คือบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน ผ่านการเล่าเรื่องที่ทรงพลังและมีความหมาย พวกเขาไม่เพียงแค่เล่าเรื่องเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังใช้เรื่องราวเหล่านี้เพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างแรงบันดาลใจ และเสริมสร้างความสามัคคีในชุมชน นักเล่าเรื่องชุมชนจะถ่ายทอดทั้งเรื่องเล่าที่สืบทอดจากบรรพบุรุษและเรื่องราวใหม่ ๆ ที่สะท้อนวิถีชีวิตและความเปลี่ยนแปลงของชุมชนในปัจจุบัน

2.1.6 การเล่าเรื่อง

Morgan & Dennehy (1997) กล่าวว่า การเล่าเรื่อง(Storytelling) เป็นกระบวนการสื่อสารที่ใช้เรื่องราวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสาระ ความรู้ ความเชื่อ หรือคุณค่าทางวัฒนธรรมไปยังผู้ฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักเล่าเรื่องเปรียบเสมือน “ผู้แปลภาษา” ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่ทั้งการให้ข้อมูล ถ่ายทอดอารมณ์ และสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย

นักเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีทักษะที่หลากหลายซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 5 ด้านหลัก ดังนี้

1. **ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills)** นักเล่าเรื่องต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และโน้มน้าวใจผู้ฟัง ทักษะนี้ครอบคลุมทั้งการใช้ภาษาพูด น้ำเสียง การเว้นจังหวะ การออกเสียง และการเลือกใช้คำที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการฟังอย่างตั้งใจเพื่อโต้ตอบหรือปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริบทเฉพาะหน้า

2. **ทักษะการสร้างเรื่อง (Story Construction Skills)** เรื่องราวที่ดีควรมีโครงสร้างที่ชัดเจน ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ จุดเริ่มต้น (beginning) จุดเปลี่ยน (turning point) และบทสรุป (ending) (Salmon, 2010) นักเล่าเรื่องจำเป็นต้องเข้าใจหลักการเล่าเรื่องแบบคลาสสิก เช่น Hero's Journey หรือโครงสร้างสามองก์ (three-act structure) เพื่อให้เรื่องราวมีพลังดึงดูดและตราตรึงใจ

3. **ทักษะการใช้ภาษากายและการแสดงออก (Body Language and Expressiveness)** ภาษากายที่เหมาะสมช่วยส่งเสริมความเข้าใจและเพิ่มความน่าสนใจของเรื่องเล่า นักเล่าเรื่องควรใช้ท่าทาง สีหน้า การสบตา และการเคลื่อนไหวเพื่อเสริมความหมายและอารมณ์ของเนื้อหา โดยเฉพาะในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เน้นการแสดงเชิงสัญลักษณ์

4. **ทักษะการเข้าใจผู้ฟัง (Audience Awareness)** การเข้าใจลักษณะผู้ฟัง เช่น วัย ความสนใจ พื้นเพทางวัฒนธรรม หรือประสบการณ์การเดินทาง มีผลต่อการปรับเนื้อหา การใช้ภาษาหรือการใช้สื่อประกอบ นักเล่าเรื่องที่ดีจะสามารถปรับวิธีการเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับผู้ฟังแต่ละกลุ่ม

5. **ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีและสื่อ (Media and Technology Integration)** ในยุคปัจจุบัน นักเล่าเรื่องควรสามารถใช้เทคโนโลยี เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือสื่อดิจิทัล เพื่อขยายขอบเขตการเข้าถึงเรื่องเล่า และสร้างประสบการณ์แบบมีส่วนร่วมให้กับผู้ฟัง โดยเฉพาะในการเล่าเรื่องออนไลน์หรือในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัล

ปรัชญา เปี่ยมการุณ (2566) กล่าวว่า การเล่าเรื่องที่ดี การเล่าเรื่องที่น่าสนใจ "ทักษะการสื่อสาร" (Communication Skills) ที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยให้การเล่าเรื่องของเราทรงประสิทธิภาพได้อย่างมาก ทักษะในการสื่อสารที่ดี ก็คือ ความสามารถในการพูดอย่างชัดเจนและมั่นใจ น้ำเสียงที่น่าฟัง ภาษากายที่เหมาะสม รวมถึงการถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ทักษะการฟัง (Listening Skill) ที่ดี ยังช่วยให้ผู้เล่าเรื่องเข้าใจปฏิกิริยาของผู้ฟังและปรับเรื่องราวให้เหมาะสม โดยรวมแล้ว ทักษะการสื่อสารที่ดีสามารถช่วยผู้เล่าเรื่องสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและประทับใจให้กับผู้ชม เชื่อมโยงกับ การเล่าเรื่องราว (Telling the story) ให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้ภาษามาช่วยในการเล่าเรื่องเพื่อสร้างภาพและ ช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพเรื่องราว การใช้อารมณ์ (Emotion) และน้ำเสียงเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ของเรื่องราวและดึงดูดผู้ชมให้คล้อยตามไปกับเรื่องราวนั้น ๆ การใช้ภาษากาย (Body Language) ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมเรื่องราวและทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น การใช้จังหวะที่ถูกต้อง (Rhythm) เพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับเรื่องราว ไม่เร็วหรือช้าจนเกินไป การฝึกฝน (Practice) คือการฝึกเล่าเรื่องออกมาดังๆ โดยให้ความสนใจกับเสียงและจังหวะของเรื่องราว ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้เห็นส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขได้ ท้ายที่สุดก็คือ เป็นตัวของตัวเอง เชื่อมั่นและหลงใหลในขณะเล่าเรื่อง ซึ่งจะทำให้เรื่องราวมีความเกี่ยวข้องมากขึ้น ผู้ชมเองก็จะเชื่อมโยงกับเรื่องราวและตัวผู้เล่าได้ดีมากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นักเล่าเรื่องที่ประสบความสำเร็จมักมีความสามารถในการผสมผสานทักษะเหล่านี้อย่างลงตัว และสามารถประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม สถานที่ และกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นในภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 การสื่อความหมาย

2.2.1 ความหมายของการสื่อความหมาย

กรมการท่องเที่ยว (2559) ได้ให้ความหมายของการสื่อความหมายไว้ว่า การสื่อความหมายใน บริบทของการท่องเที่ยว เป็นศิลปะการสื่อสารนำเสนอเรื่องราวที่กระตุ้นความสนใจ ช่วยให้นักท่องเที่ยวมี ความเข้าใจ ตระหนักในคุณค่า ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรม มีส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าในสินค้าและบริการ สามารถสร้างความสนุกสนาน ความ เพลิดเพลิน และความประทับใจต่อผู้มาเยือน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งใจในเรื่องราวที่นำเสนอ ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

คู่มือการพัฒนาผู้สื่อความหมายเบื้องต้น (2561) ได้ให้ความหมายของการสื่อความหมายไว้ว่าการสื่อความหมายเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว (ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม) ไปสู่นักท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคและวิธีการที่ง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกซาบซึ้งและภาคภูมิใจ ในคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรม อีกทั้งได้รับความพลิดเพลินและประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการ ไปเยือนพื้นที่แห่งนั้น

บทบาทของการสื่อความหมาย

1. ให้ความรู้ การสื่อความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจอยู่ใน ลักษณะรูปธรรมหรือนามธรรมของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดมาเป็นเวลาช้านาน ช่วยให้นักท่องเที่ยวมี ความประทับใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกคล้อยตามที่ผู้ส่งสาร นำเสนอ เช่น เกิดความรู้สึกซาบซึ้งในเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่นำเสนอหรือความรู้สึกตื่นตาตื่นใจในความ งดงามของธรรมชาติ

2. สร้างความเพลิดเพลิน การสื่อความหมายมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความประทับใจและ ประสบการณ์การเดินทางแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมอีก กิจกรรมการสื่อความหมายควรสนุกสนาน และสามารสร้างความบันเทิงใจมากกว่า ให้สาระความรู้เพียง อย่างเดียว การสื่อความหมายไม่ควรนำเสนอเหตุการณ์ หรือบุคคลในประวัติศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่ควรกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเสมือนว่าตนเองอยู่ในเหตุการณ์จริง ทำให้เกิดความรู้สึก ซาบซึ้ง หรือสนุกสนานเพลิดเพลินในเหตุการณ์ที่กำลังนำเสนอ ซึ่งเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้ น่าสนใจและชวนติดตามเรื่องราว

3. การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญในการปลูกจิตส านึกให้ นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ท้องถิ่น สนับสนุนการเรียนรู้และสร้างความประทับใจ ซึ่งส่งผลให้มีทัศนคติเป็นบวกต่อการให้ความ ร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ซึ่งสามารถจำแนกบาทบาทได้ 4 ประการ คือ

3.1 การจัดระเบียบนักท่องเที่ยว การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการลดผลกระทบอันเกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว สามารถลดความแออัด เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินความสามารถในการ รับรองพื้นที่ ป้ายแนะนำสถานที่ก็เป็นวิธีหนึ่งที่แนะนำนักท่องเที่ยวให้ออกไปจากพื้นที่ที่มีความอ่อนไหว ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่สามารถรับรองได้ดีกว่า ทั้งนี้เพื่อลดความแออัด ซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและ วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การสื่อความหมายยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสำรวจ เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่มากขึ้น การสื่อความหมายให้ความรู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่ เหมาะสมของนักท่องเที่ยวที่เป็นภัยต่อสัตว์ป่า เช่น ลดการใช้เสียงรบกวนสัตว์ป่า จำกัดความเร็วของรถ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ห้ามสูบบุหรี่ ตั้งแคมป์กองไฟ หรือให้อาหารสัตว์

3.2 การพัฒนาเศรษฐกิจ การสื่อความหมายสามารถเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่ารื่นรมย์ต่อนักท่องเที่ยวมีผลให้ นักท่องเที่ยวใช้เวลานานมากขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับ ชุมชน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมพิเศษ มีการอธิบายขั้นตอนการผลิต และให้นักท่องเที่ยว ได้ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนในพื้นที่ มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวยาวนานมากขึ้น เป็นการช่วยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.3 การพัฒนาสิ่งแวดล้อมและมรดกวัฒนธรรม การสื่อความหมายมีบทบาทในการอนุรักษ์และพัฒนาระบบนิเวศ เพราะช่วยลด ผลกระทบ เนื่องมาจากกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นภัยคุกคามสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลต่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรในระยะยาว การสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของ สภาพแลด้อมในพื้นที่และความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันระหว่างสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมใน ชุมชน ช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ และความประทับใจในสถานที่ที่มาเยือน นอกจากนี้การสื่อความหมายสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชุมชน นักท่องเที่ยว และบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความเคารพต่อ สถานที่ รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่

3.4 การพัฒนาชุมชน การสื่อความหมายช่วยพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึก ภาคภูมิใจ หวงแหน วัฒนธรรมล้ำค่า ร่วมรักษาประเพณีและวิถีดั้งเดิม การสื่อความหมายสามารถสร้าง ความเข้าใจ ความประทับใจ การเคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ย่อมมีผล

การสร้างทัศนคติที่ดี ช่วย เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ลดความรู้สึกเป็นลบ อันเนื่องจาก กิจกรรมท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการสนับสนุนให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการ ท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

2.2.2 ประเภทของการสื่อความหมาย

สุขุม คงดิษฐ์ และธานี นวัสนธี (2561) ได้กล่าวถึงประเภทของการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเอาไว้ว่า เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อความหมาย นิยมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อบุคคล และสื่อสิ่งของโดยไม่ใช้บุคคล

1. สื่อบุคคล เป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจริงในการส่งสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวหรือ ผู้ชม เช่น มัคคุเทศก์ วิทยากรบรรยาย เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบคำถามของนักท่องเที่ยวได้ทันท่วงที ให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ผู้พูดจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาที่ถ่ายทอด และมีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวได้คิดและร่วมค้นหาคำตอบ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ที่สำคัญ ถ้าผู้บรรยาย มีอารมณ์ขัน ก็สามารถสร้างบรรยากาศให้สนุกสนาน สร้างความสนิทสนมเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยสร้าง ความประทับใจในที่สุด

การสื่อความหมาย โดยใช้บุคคล ประกอบไปด้วย การบริการข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย การสาธิต และการแสดงละคร การสื่อความหมายโดยบุคคล มีข้อดีคือ เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากในการสื่อความหมาย เป็นการสื่อสารสองทาง โดยที่ผู้พูดและผู้ฟัง สามารถเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลาท่าทาง น้ำเสียง มีอิทธิพลสูงใน การโน้มน้าวชักจูง สร้างความเร้าใจ ได้เป็นอย่างดี มีความยืดหยุ่น โดยที่ผู้พูดสามารถ ปรับเนื้อหาให้ เหมาะสมกับผู้ฟังได้ทันท่วงทีสามารถนำเสนอเรื่องราวที่สลับซับซ้อน และสร้าง ความเร้าใจได้ดี สำหรับข้อเสียนั้น สื่อบุคคลไม่สามารถเข้าถึงผู้ฟังจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากผู้พูด ขาดทักษะการพูดจูงใจ ก็ทำให้การสื่อความหมายไม่ประสบผลสำเร็จได้ เป็นสื่อ ที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ ชัดเจน มีจำนวนเจ้าหน้าที่จำกัดในการให้คำบรรยาย ประสิทธิผล การบรรยายของเจ้าหน้าที่ไม่สม่ำเสมอ

2. การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย

1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ โปสต์การ์ด คู่มือ และหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

2) ป้ายแนะนำทาง เป็นการอธิบายลักษณะของภูมิประเทศในพื้นที่นั้น ควรพิจารณาขนาดของป้าย รูปภาพกราฟก สีสัน และวัสดุเนื้อผิว ความคงทนต่อสภาพแวดล้อม ในขณะเดียวกันควร ใช้สัญลักษณ์และสีที่เป็นสากล ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

3) การจัดนิทรรศการ เป็นเครื่องมือแสดงรูปภาพและวัตถุสิ่งของ พร้อมทั้งมีคำอธิบายประกอบ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้ชมอิสระ นิทรรศการจึงควรนำเสนอเรื่องย่อ ๆ และใช้เวลาเพียงเล็กน้อยเพื่อสร้างความเข้าใจ นิทรรศการที่ดีควรสวยงามสะดุดตา และมีเสียงประกอบเพื่อสร้างความ น่าสนใจ

4) สื่อโสตทัศนูปกรณ์ ประกอบด้วยสื่อภาพและเสียง สามารถใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ ประกอบฉากได้อย่างสมจริง ช่วยเร่งเร้าความสนใจและสร้างอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างตื่นตา ตื่นใจ ครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากได้ในแต่ละครั้ง สื่อเสียงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้มาก และให้ข้อมูล เชิงลึกได้ดี โดยผ่านลำโพงเสียง ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว โดยที่ผู้ฟังมีอิสระ ในการเลือกฟัง บางช่วง บางตอน ตามความสนใจ

5) สื่อผสมหรือมัลติมีเดีย (Multimedia) หมายถึง การนำเอาสื่อหลาย ๆ ประเภทมาใช้ร่วมกันทั้งวัสดุ อุปกรณ์และวิธีการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดใน การสื่อความหมาย ในปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาร่วมใช้เพื่อการควบคุมการทำงานของ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเสนอข้อมูล ทั้งตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหวแบบวีดิทัศน์และเสียง

6) สื่อ QR Code เป็นบาร์โค้ด 2 มิติ ทำหน้าที่เก็บข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวก และรวดเร็ว เพียงเรายกมือถือมาสแกน QR Code ที่เราพบเห็นบนป้ายประชาสัมพันธ์ตามแหล่งท่องเที่ยว ต่าง ๆ โปรแกรมก็จะนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนมือถือโดยอัตโนมัติ โดยจะแสดง ภาพเคลื่อนไหวพร้อม คำบรรยายแบบวีดิทัศน์ ปัจจุบัน QR Code ได้รับความนิยมอย่างสูงใน แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

7) สื่อสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีคุณสมบัติพิเศษคือ สามารถให้ข้อมูลได้ทันท่วงทีและทันสมัยต่อ เหตุการณ์ตลอดเวลา มีต้นทุนต่ำในการทำการโฆษณา กระจายได้ในวงกว้างรวดเร็ว สามารถสื่อสารข้อมูล ได้มากมายหลากหลายรูปแบบ น่าดึงดูด สร้างความมั่นใจในข้อมูลที่แลกเปลี่ยน และสามารถครอบคลุม ได้ในเกือบทุกกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ แม้ว่าการผลิต

สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นทำง่าย และใช้ต้นทุนน้อย แต่สิ่งที่ท้าทายคือ จะทำอย่างไรให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวของเรา ซึ่งเราควรเรียนรู้สร้าง “เรื่องราว” หรือข้อความ ที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้สังคมออนไลน์มีการพูดถึงเรา ซึ่งต้องใช้เวลาศึกษาและเอาใจใส่อย่างต่อเนื่อง

8) เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการสื่อความหมาย โดยสามารถสร้างเส้นทางดังกล่าวในพื้นที่ปาไม้ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ หรืออุทยานประวัติศาสตร์ ข้อดีคือ สามารถรับนักท่องเที่ยวไม่จำกัดจำนวน ไม่จำกัดเวลา และยังเป็นการแบ่งเบาภาระ ของเจ้าหน้าที่สื่อ ความหมาย และนักท่องเที่ยวมีอิสระในการเลือกเดินสำรวจเส้นทางเอง สามารถ ชื่นชมกับธรรมชาติใน ขณะที่กำลังฟังบรรยาย

9) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจในภาพรวมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นิยมตั้งอยู่ภายในบริเวณที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว และมีการใช้ สื่อหลากหลายช่วยในการนำเสนอ เช่น การจัดแสดงแบบจำลอง การจัดนิทรรศการ และการใช้สื่อมัลติมีเดีย เป็นต้น

10) การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นโปรแกรมการนำเสนอที่จัดขึ้นตามวาระหรือโอกาสสำคัญต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนา ครบรอบวันสำคัญ หรือการเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ

ดังนั้น ปัจจัยในพิจารณาในการเลือกเครื่องมือการสื่อความหมายในปัจจุบัน การพิจารณาเลือกสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว อย่างไรก็ตาม เราควรพิจารณาหลากหลายปัจจัยที่ช่วยในการกำหนดสื่อ ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นฐานทางวัฒนธรรม แรงจูงใจในการเดินทาง ความสนใจ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขนาดพื้นที่ ของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีความเปราะบาง วัตถุประสงค์ในการจัดโครงการการสื่อความหมาย เนื้อหา และเรื่องราวที่นำเสนอข้อเด่นข้อด้อย ของสื่อแต่ละประเภท งบประมาณในการผลิตสื่อ และควรพิจารณา เป็นลำดับต้นๆ นอกจากนี้การบำรุงรักษา ความทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ ค่าไฟฟ้า กำลังคนในการ ปฏิบัติงาน ความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อ และเวลาในการผลิตสื่อก็ควรได้รับการพิจารณาด้วย

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยว

แนวคิดด้านการสื่อความหมายที่เป็นศิลปะการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ การรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติที่ดี ความซาบซึ้งใจ ความเพลิดเพลิน และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ผ่านสื่อบุคคลหรือสื่ออื่น ๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ(Tilden, 1977; Society for Interpreting Britain's Heritage, 1998; สมาคมอิโคโมสไทย: 2550) ซึ่งการสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council:GSTC)กำหนดหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายที่จะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมได้รับการพัฒนาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนได้รับการถ่ายทอดในภาษาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้และพัฒนาผู้สื่อความหมายข้อมูลดังกล่าว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.: 4-10)

Freeman Tilden บิดาแห่งการสื่อความหมายได้ให้คำนิยามของการสื่อความหมายไว้ในหนังสือ Interpreting Our Heritage (Tilden: 1977) กล่าวว่า "การสื่อความหมายเป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่มีจุดประสงค์ที่จะเปิดเผยความหมายของสิ่งหนึ่ง และความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อม โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัสด้วยตนเองโดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะ แต่ข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว

แก้วตา มุ่งเกษม และสมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2558) ได้กล่าวว่า การสื่อความหมายหมายถึง กระบวนการอธิบายแก่ผู้ชมถึงความสำคัญของสถานที่หรือวัตถุที่แสดงให้ชม เพื่อให้เกิดความ เพลิดเพลินกับการชมยิ่งขึ้น เกิดความเข้าใจในมรดกและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อ การอนุรักษ์มรดก การสื่อความหมาย หมายถึงศิลปะการสื่อสารเรื่องราวที่กระตุ้นความสนใจและเสริมสร้างความเข้าใจในคุณค่า ความหมายของทรัพยากรธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งใจใน เรื่องราวที่นำเสนอ ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน การสื่อความหมายเพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึงการจัดทำสื่อความหมายให้แก่ นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติเรื่องราวและ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยศึกษาจากบุคคล สื่อ

หรือป้ายที่แสดงไว้ และใช้ภาษาที่เข้าใจ ง่าย การสื่อความหมายยังเป็นเครื่องมือด้านการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ จะให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างบรรยากาศหรืออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 32)

สรุปได้ว่า การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ศิลปะการสื่อสารเรื่องราวที่กระตุ้น ความสนใจ และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่าและความหมายของทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งใจในเรื่องราวที่นำเสนอ ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยมีการสร้าง ใจความหลักหรือแก่นของเรื่องที่น่าสนใจจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (มปป.) นำเสนอว่าเป็นการเดินทางที่นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวและร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่มีความสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ร่วมกับชุมชนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในสถานที่ใน ชีวิตจริง

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถแสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ประการได้แก่

1. การพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำศิลปะโคมไฟล้านนาจังหวัดเชียงใหม่โดยสามารถสร้างทักษะด้านการประดิษฐ์โคมไฟที่เป็นศิลปะ พื้นบ้านให้กับนักเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ทักษะเพิ่มเติมจากการเรียนรู้

2. ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการ เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยที่ไม่เบียดเบียนทรัพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้การท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและจับต้องได้

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต

5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ทั้งชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. ในแต่ละพื้นที่ย่อมมีเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่าง แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถ ดึงมาเป็นเอกลักษณ์ และพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้เกรก ริชาร์ด (Greg Richards. 2010)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นเปิดประสบการณ์ให้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตทั้งในรูปแบบวิถีชีวิตในเมืองและวิถีชีวิตแบบชนบท และได้ลงมือท ากิจกรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ตลอดจนสามารถให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาแลกเปลี่ยน เรียนรู้และเป็นรูปแบบที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสร้างกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเองก็ได้เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่มีที่สิ้นสุด อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ดังนั้นการท่องเที่ยวที่มีความสร้างสรรค์จึงถือว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ในปัจจุบันซึ่งมีการพัฒนาจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมาเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่มากขึ้น (Cultural Tourism) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังหมายความรวมถึงการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนที่การท่องเที่ยวไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมและ ชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละชุมชนเปลี่ยนแปลงไป

2.4 แนวคิด BCG

2.4.1 ความหมายของแนวคิด BCG

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG Model) คือ การพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์ประกอบ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) พร้อมไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เกิดความสมดุล มั่นคงและยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเติบโต จนมาสมรรถนะ ที่สามารถแข่งขันได้ดีในเศรษฐกิจระดับโลก (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2565)

องค์ประกอบสำคัญทั้ง 3 มิติ มีนิยามที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) หมายถึง การใช้ทรัพยากรชีวภาพมาสร้างมูลค่าเพิ่มหรือผลิตเป็นสินค้ามูลค่าสูง เศรษฐกิจหมุนเวียน(Circular Economy) หมายถึง การนำวัสดุมาใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) หมายถึง การพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้น

การพัฒนาสังคม และอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีคุณภาพ พร้อมกับความสมดุล ระหว่างการเติบโตที่เน้นการมีส่วนร่วม เศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า และสังคมที่เน้นการหมุนเวียนของ ทรัพยากร ดังภาพ จะเห็นว่าแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม เป็นโมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่ได้น้อมนำ หลักการเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์เข้ากับการพัฒนาที่ยั่งยืนในการนำมาขับเคลื่อนประเทศอย่างเป็น รูปธรรม ซึ่งจะช่วยเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้เทียบเท่ากับคู่แข่งทาง เศรษฐกิจในระดับโลก เพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างความมั่นคงทางอาหาร สุขภาพ และพลังงาน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดการเกิดของเสีย และลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. 2563)

BCG เป็นเศรษฐกิจแนวใหม่ ที่ภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญ เพราะมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การปกป้องสิ่งแวดล้อม (Environment) การลดปัญหาโลกร้อน (Global Warming) ที่กำลังเป็นตัวบั่นทอนทรัพยากรโลก เน้นพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างทั่วถึงบนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว) มี 3 องค์ประกอบสำคัญด้วยกันคือ

B = Bioeconomy เศรษฐกิจชีวภาพ คือ การนำทรัพยากรชีวภาพมา “ผลิตให้คุ้มค่าที่สุด” ควบคู่กับการรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการให้มีนวัตกรรมและมีมูลค่าสูง

C = Circular economy เศรษฐกิจหมุนเวียน มีแนวทางคือ “การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด” ของที่ใช้ในการผลิตต้องสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle, Upcycle)

G = Green economy เป็นระบบเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งเป็นการสร้างนวัตกรรมรวมถึงการจัดการสภาพสังคมให้ “กระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด (Zero-Waste) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2565)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย **BCG Model** จะช่วยให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีบทบาทร่วมกันในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน เชื่อว่ามีหลายชุมชนที่ต้องการทำแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นวิถีอินทรีย์ผ่านแนวคิด BCG Model ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์และสินค้าต่าง ๆ ในชุมชน อาทิ ส่งเสริมโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปรู้จักกับผลิตภัณฑ์ OTOP และสินค้า GI ซึ่งจะทำให้เกิดกระจาย

รายได้สู่ภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ และยังสามารถเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้นอย่างยั่งยืนตลอดไป

2.4.2 ความสำคัญของแนวคิด BCG ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

ประเทศไทยจึงเริ่มให้ ความสำคัญกับ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุล (สรรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. 2554) และเริ่มกล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจ ไปพร้อมกับการพัฒนาทางด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อมร่วมด้วย ก็เพื่อพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืน และประชาชนมีความอยู่ดีกินดีในทุกภาคส่วนของ สังคม ด้วยเหตุนี้การพัฒนาฐานรากของสังคมจึงนับเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศให้มีความ เจริญรุ่งเรือง และประชาชนมีความยั่งยืนในการดำรงชีวิต

การพัฒนาประเทศจะมีการปรับเปลี่ยนเป้าหมายและแนวทางมาอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดกับผู้ที่อยู่ในเศรษฐกิจฐานราก อันประกอบด้วยชุมชน เกษตรกร และผู้ประกอบการขนาดเล็ก ยังคงประสบปัญหาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยเฉพาะการขาดโอกาสและความสามารถในการนำความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปพัฒนา ต่อยอดเพื่อการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพได้อย่างเต็ม ศักยภาพ การขาดกลไกกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม รวมถึงประเทศขาดความสามารถในการผลิต สินค้านวัตกรรมของตนเอง จึงต้องพึ่งพาการนำเข้า เมื่อสินค้านวัตกรรมมีราคาสูงจึงทำให้ประชาชนที่ยากจนมี ปัญหาในการเข้าถึงสินค้า (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. 2564)

แนวทางหนึ่งที่ประเทศไทยนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดความยั่งยืนในปัจจุบัน คือ BCG Model อันประกอบด้วย เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจ สีเขียว (Green Economy) แนวทางดังกล่าวเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดย เชื่อมโยงหลักคิดเศรษฐกิจพอเพียง (SEP) และเป็นการบูรณาการระหว่างภาคประชาชน ภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ อีกทั้ง โมเดลเศรษฐกิจ BCG ยังทำหน้าที่บูรณาการการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยใช้ องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (STI) เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) จากฐานความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรม และผลผลิตทางการเกษตรที่อุดม สมบูรณ์ ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ด้วยเหตุนี้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงเป็นพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน และได้รับการ สนับสนุนจากหลายหน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนนโยบาย BCG ให้เห็นผลเป็นรูปธรรม อาทิ สอวช. ได้มี แผนการดำเนินงานสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก บูรณาการเครื่องมือและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐมา ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนหรือการพัฒนาเขตเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรม โดยชุมชนและท้องถิ่นจะต้องได้รับ ประโยชน์โดยตรง โดยหัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก คือ การสร้างความเข้มแข็ง (empowerment) ให้คนในชุมชนสามารถคิดต่อยอดได้เองจากทุนหรือจุดแข็งที่แต่ละพื้นที่มี และทั้งหมดต้อง อยู่บนฐานความต้องการของคนภายในชุมชนเอง(สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). 2562)

2.4.3 การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG กับการท่องเที่ยวชุมชน

แนวคิด BCG ซึ่งย่อมาจาก Bio-Circular-Green Economy เป็นกรอบแนวคิดทางเศรษฐกิจที่บูรณาการระหว่างเศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy), เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม เช่น ประเทศไทย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2564)

การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG กับการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน โดยเน้นให้ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้จัดการทรัพยากร รวมถึงการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่เดิม

1. มิติ Bio: การใช้ทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมการใช้พืชท้องถิ่นอาหารพื้นบ้าน สมุนไพร หรือศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่นในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ถือเป็นการใช้ทรัพยากรชีวภาพที่มีอยู่ในพื้นที่เพื่อสร้างจุดขายที่เป็นอัตลักษณ์ ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมเวิร์กชอปทำยาหม่องสมุนไพรจากพืชพื้นเมือง หรือการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ

2. มิติ Circular: การจัดการทรัพยากรและของเสียในกระบวนการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวชุมชนสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การใช้วัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และการออกแบบกิจกรรมที่ไม่

ก่อให้เกิดของเสีย เช่น การใช้ใบไม้แทนจานในกิจกรรมอาหาร หรือการแปรรูปเศษวัสดุเป็นของที่ระลึก

3. มิติ Green: การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดคาร์บอน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การปั่นจักรยานเยี่ยมชมหมู่บ้าน หรือการปลูกต้นไม้แทนการปล่อยคาร์บอนจากการเดินทาง เป็นแนวทางหนึ่งของ Green Tourism ภายใต้กรอบ BCG ซึ่งช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวและชุมชน

4. การประยุกต์ใช้ BCG ในระดับชุมชน ชุมชนหลายแห่งในประเทศไทยได้นำ BCG มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว เช่น “บ้านไร่ไผ่งาม” จังหวัดลำปาง ที่พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานเกษตรอินทรีย์ หรือ “ชุมชนบ้านหนองส่าน” จังหวัดอุดรธานี ที่ใช้ของเสียจากการเกษตรแปรรูปเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

BCG ยังสามารถส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว โดยเน้นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (economic value), สังคม (social value) และสิ่งแวดล้อม (ecological value) อย่างสมดุล ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระดับชุมชน

2.4.4 BCG กับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน

ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยนำแนวคิดของ BCG Model มาประยุกต์ใช้ คือ มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้มแข็งให้คนในชุมชน สามารถคิดต่อยอดวัตถุดิบของท้องถิ่นได้เองจากทุนหรือจุดแข็งที่แต่ละพื้นที่ โดย การปรับโครงสร้างและเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเอง ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่ง กันและกัน ตลอดจนดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนนั้น ดูจะสอดคล้องกับแนวทางของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นหลัก กล่าวคือ เศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการวางแผนให้ทรัพยากรในระบบ การผลิตทั้งหมดสามารถกลับคืนสู่สภาพเดิมและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อรับมือกับปัญหาการขาดแคลน ทรัพยากรในอนาคต ที่จะมีความต้องการใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตเพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค ดังนั้นเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงมุ่งเน้นการคงคุณค่าผลิตภัณฑ์ ให้นานที่สุด ส่งเสริมการใช้ซ้ำ สร้างของเสียในปริมาณที่ต่ำที่สุด และให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจาก การผลิตและบริโภค ด้วยการนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่

กระบวนการผลิตใหม่ ซึ่งต่างจาก ระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่เน้นการใช้ทรัพยากร การผลิตและการสร้างของเสียในรูปแบบเศรษฐกิจที่เป็น เส้นตรง (Linear Economy)

รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยแนวทางเศรษฐกิจ BCG ด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ในการรับมือกับปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร ปัญหาขยะและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ(ภัทร์ธมนต์ พลรงค์, จิตพนธ์ชุมเกตุ และเกิดศิริ เจริญวิศาล. 2565) อนึ่ง แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG จะให้ความสำคัญกับการดูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้ทรัพยากร และการปล่อยของเสียจากการใช้ชีวิตของประชากรแล้ว ยังสร้างมูลค่าเชิงการใช้พื้นที่และส่งเสริมระบบนิเวศของเมืองและชุมชนได้เป็นอย่างดี (ทัพไท หน่อสุวรรณ และคณะ. 2564) นอกจากนี้ หากพิจารณาในมิติเฉพาะ ด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวแล้วนั้น องค์ประกอบทั้ง 3 ประการเปรียบเสมือนความสมดุลของการพัฒนาระหว่างการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกับการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กิตติศักดิ์ มีประดิษฐ์, 2564) รวมไปถึงการสร้างเข้มแข็งให้กับสังคมและชุมชนในระดับฐานรากเพื่อให้ความยั่งยืนและความยุติธรรม โดยตั้งอยู่บนฐานของปรัชญาพอเพียง และต้องการส่งเสริมให้เกิดความสุขสมบูรณ์ต่อชุมชนท้องถิ่น (ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และชัยณรงค์ เครือนวน. 2559)

อีกทั้งยังในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีอาชีพ อยู่ดี กินดี สร้างรายได้ โดยการนำทรัพยากรในชุมชน มาสร้างมูลค่า เกิดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายมีความสำคัญและเป็นนโยบายระดับชาติพิจารณาได้จากยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐบาลให้ความสำคัญในการแก้ไขโดยได้ กำหนดเป็นนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติลงสู่การปฏิบัติงานของทุก ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในรูปแบบหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของประชาชนให้มีอาชีพ อยู่ดี กินดี สร้างรายได้โดยการนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าก่อเกิดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย การรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินชีวิต เช่น การจัดตั้ง กลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กองทุนหมู่บ้านสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนา

ประเทศตามแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ที่มุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาเครือข่ายชุมชนภายใต้ ฐานรากของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อสร้าง สินค้าให้มีคุณภาพและมูลค่าที่สูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลัก

ดังนั้น ภารกิจสำคัญคือการเสริมสร้างการบริหารจัดการของชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน การจัด สวัสดิการสังคมขององค์กร ชุมชนเป็นแนวคิดหนึ่งที่เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมที่จะวางรากฐานที่จะพัฒนา สังคมและชุมชนให้เข้มแข็ง มีระบบ และมีการจัดการที่ดีในทุกระดับ โดยให้ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมใน การพัฒนาและเน้นให้ความสำคัญในบริบทของความยากจน ความมั่นคงของมนุษย์ ทุนทางสังคมและชุมชน การมีส่วนร่วม สวัสดิการสังคมและชุมชนต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรินทร์ สังข์รักษา ,สวรรยา ธรรมอภิพล ,วรรณวีร์ บุญคุ้ม และอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ ศึกษาการพัฒนารูปแบบการสร้างนักเล่าเรื่องและสื่อความหมายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของพื้นที่ที่มีความพร้อมในการสร้างนักเล่าเรื่องและสื่อความหมาย 2) ศึกษารูปแบบ หลักสูตร คู่มือการสร้างนักเล่าเรื่องและสื่อความหมาย และ 3) ทดลองและประเมินรูปแบบการสร้างนักเล่าเรื่องและสื่อความหมาย กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 60 คน ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบวิเคราะห์เอกสาร แบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม แบบประเมินความพึงพอใจ ทดลอง4 จังหวัดๆละ 1 ชุมชนตามเกณฑ์ที่กำหนด รวม 127 คน การรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์อุปนัย ผลการวิจัยพบว่า (1) พื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกมีความหลากหลายในการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และกำหนดเกณฑ์การเลือกพื้นที่ที่กำหนด 4 จังหวัดๆละ 1พื้นที่เพื่อให้ครอบคลุม ได้แหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษาในการสร้างนักเล่าเรื่อง 2) จัดทำหลักสูตร คู่มือการอบรม และได้รูปแบบการสร้างนักเล่าเรื่อง เรียกว่า “SEKUNA

Model” ประกอบด้วย 1) Self-developing-S (การพัฒนาตนเอง) 2) Effort - E (ความอุตสาหะ) 2) Driving Forces-D (แรงขับ/พลังภายใน) 3) Knowledge Inquiry for Experience -K (การแสวงหาความรู้จากประสบการณ์) 4) Universal-U (ความเป็นสากล) 5) Networking-N (เครือข่ายวิชาการ 6) Attraction -A (แหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์) ที่ผ่านการรับรองแล้ว และ (3) ผลการทดลอง พบว่า คะแนนก่อนการทดลองและหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในการอบรมอยู่ในระดับมาก

กรกนก นิลดำ (2563) ศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงราย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก คัดเลือกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของงานวิจัย ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์ และการท่องเที่ยว สามารถสรุปผล การวิจัย ได้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเชียงรายได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้ง ชาวไทยและต่างประเทศ โดยมีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นมาให้บริการเพื่อส่งเสริมและบำบัดทางสุขภาพทั้งร่างกาย จิตใจ และ จิตวิญญาณ การท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถสร้างการเล่าเรื่องด้วยการเลือกวิธีการ เล่าเรื่องที่น่าสนใจผสมผสานไปกับเรื่องราวของชุมชน/สินค้า/บริการ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไว้ด้วยกัน โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ คือ 1) ชุมชนต้องกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของการเล่า เรื่อง ซึ่งมาจากการสรุปข้อมูลพื้นฐานจากการทำสำรวจเบื้องต้น สมาชิกในชุมชน หารือร่วมกันในการกำหนดจุดเด่น (สินค้า/บริการ/กิจกรรม) เกี่ยวกับสุขภาพกาย และใจ เพื่อเป็นแก่นเรื่องของการสร้างจุดขาย สร้างเรื่องเล่าประกอบแก่นเรื่อง และ การสร้างคุณค่าที่มากไปกว่าสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพราะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะชนชั้น กลางต้องการการตอบสนองทางด้านจิตใจที่มีความหมายมากไปกว่าสิ่งที่สัมผัสได้ ทางกายภาพ 2) นำจุดเด่นมาพัฒนาเพื่อหาความแตกต่างโดยการสร้างกิจกรรม ที่น่าสนใจ เช่น การสร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่า เพื่อให้เรื่อง เล่าชัดเจนโดดเด่นมากขึ้น ได้แก่ กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยการไล่เรียงตั้งแต่ เช้าถึงค่ำควรสะท้อนความเป็นอยู่ที่ใส่ใจครอบคลุมทั้งกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และส่งผลต่อกันที่เป็นวงจรหมุนเวียน อาทิ ศูนย์วิปัสสนาสากล ไร่เชิญตะวัน หรือโฮมสเตย์บ้านท่าขันทองที่อำเภอ

เชียงแสน ที่สามารถสร้างการเล่าเรื่องราวได้ครบทุกด้าน ที่เป็นความสัมพันธ์กันระหว่าง สุขภาพทางกายที่ส่งผลต่อใจและจิตวิญญาณ 3) การเลือกวิธีการสื่อสารผ่านสื่อ และ 4) นำเรื่องเล่าที่สร้างสรรค์เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาถึงสิ่งที่ นักท่องเที่ยวต้องการ รวมถึงความเข้าใจความเป็นชุมชนที่สื่อสารออกไป

อรัญญา ดูเบย์ (2563: บทคัดย่อ) ศึกษาแนวทางการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าจังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาความต้องการของชุมชนต่อการสื่อความหมาย และเพื่อเสนอแนวทางการสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรีการวิจัยนี้เป็นการวิธีแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิง ปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว ชาวไทยจำนวน 97 คน เลือกใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบสะดวก และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบ สัมภาษณ์เชิงลึก แบบสำรวจทรัพยากร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่จำนวน 12 คน การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัยวิเคราะห์ เนื้อหา และผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการวิจัย พบว่า สิ่งควรมีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่แผ่นพับแนะน าการท่องเที่ยวในชุมชน ป้ายสื่อความหมายและ QR Code จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตำบล บ้านแหลมตามหลักการสื่อความหมาย 7 ประการ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเข้าถึงได้และสร้างความเข้าใจในการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านความจริงแท้ดั้งเดิมในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านความยั่งยืนในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านการมีส่วนร่วมในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85ซึ่งพบว่าทรัพยากรกิจกรรมที่มีความโดดเด่น ได้แก่วัดสุข เกษม บ้านธูปหยกสีประจำวันเกิด และการล่องเรือไหว้พระชมธรรมชาติ

ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอแนวความคิดหลักในการสื่อ ความหมายนำเสนอผ่านตัวอักษร ภาษาอังกฤษ ภายใต้ค าว่า LEAM MODEL (L: Learning, E: Explain, A: Active Participate, M: Meaning) เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัด สุพรรณบุรีผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของของชุมชน

อธิณัฏฐ์ ด่านภัทรวรวัฒน์ (2561:บทคัดย่อ) ศึกษา การวิจัยการใช้อัตลักษณ์เพื่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว:กรณีศึกษาอำเภอ บ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการสื่อสารด้านการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว ก าหนดอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และกำหนดกลยุทธ์ในการทำแผนการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว ในอำเภอบ้านตาขุน จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านบริการท่องเที่ยว ที่พัก โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ขนส่ง ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจำนวน 10 คน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 20 คน กลุ่ม ประชาชนท้องถิ่น ในพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้คือใช้การสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เขียนแบบความเรียง สรุปได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์ประเมินการสื่อสารด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบ้าน ตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 อยู่ในระดับ มากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ ด้านการจัดการรวมผลิตภัณฑ์ (จัดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว) รองลงมาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้าน ราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์) และด้านบุคลากร ตามล าดับ การวิเคราะห์กำหนดอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เขื่อนรัชชประภา ล่องแพ ล่องเรือชมธรรมชาติเหนือเขื่อน พายเรือคายักหรือแคนู ชมเขาสามเกลอ อุทยานแห่งชาติเขาศก การล่องแก่ง เดินป่า นั่งช้าง ดูนก และเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เดินป่าตามหาดอกบัวผุด และผลการวิเคราะห์ก าหนดกลยุทธ์ในการทำแผนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบ้านตาขุน จังหวัด สุราษฎร์ธานี กลยุทธ์ที่ 1 ยุทธศาสตร์เชิงรุก การจัดกิจกรรมโรดโชว์ การจัดงานอีเว้นท์ จัดนิทรรศการ เผยแพร่ข้อมูลเป็นมัลติมีเดีย กลยุทธ์ที่ 2 ยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข เชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว ขอรับ การสนับสนุนจากหน่วยงานในการประสานงานกับกลุ่มอื่น พร้อมงบประมาณสำหรับการพัฒนา ส่งเสริมบุคลากรในชุมชนให้ทำงานด้านบริการให้มากขึ้น กลยุทธ์ที่ 3 ยุทธศาสตร์เชิงป้องกันพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานในการบริการ พัฒนารูปแบบการ

ท่องเที่ยวให้สามารถท่องเที่ยวได้ ตลอดทั้งปี กลยุทธ์ที่ 4 ยุทธศาสตร์เชิงวิกฤตเพิ่มบุคลากรด้านมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการฝึกอบรมภาษา เพื่อให้มีความรู้ภาษาต่างประเทศ ระบุในแผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในด้าน ความรู้การจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นให้มีความต่อเนื่องมาก ยิ่งขึ้น

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG และ เพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตของโครงการวิจัย ขอบเขตด้านพื้น ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การดำเนินการวิจัย

3.5 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย

1.พื้นที่ในการวิจัยเพื่อประเมินความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

2. พื้นที่ในการทำวิจัยเพื่อออกแบบนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ที่คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3. พื้นที่ในการวิจัยเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 40 คน

ระยะเวลาในการวิจัย เดือนตุลาคม 2566 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2567

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

2. นวัตกรรมคู่มือพัฒนาศักยภาพนักเล่าเรื่องสื่อความหมายตามแนวคิด BCG

3. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษางานเอกสาร ตำรา และวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนั้นออกพื้นที่ในการเก็บข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ นักเล่าเรื่อง การสื่อความหมายการท่องเที่ยว และแนวคิด BCG

2. วิเคราะห์สภาพปัญหาความต้องการจำเป็นและข้อมูลพื้นฐาน จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบการสร้างนักเล่าเรื่อง และการนำแนวคิด BCG จัดกิจกรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเกี่ยวกับ การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ โดยจัดทำเป็นกิจกรรมควบคู่กับฝึกปฏิบัติผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิด BCG

3. นำแบบประเมินคู่มือ และคู่มือฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับประเด็นคำถาม (IOC) โดยมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถามดังนี้

คะแนน +1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน 0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน -1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์(IOC) และสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องยิ่งขึ้น ใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และปรับปรุง ในข้อที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

4. นำคู่มือและแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. สร้างแบบสอบถามประเมินโครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ โดยแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยผู้วิจัยได้กำหนดคะแนนของคำตอบแต่ละข้อดังนี้

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

ส่วนเกณฑ์การแปลความหมายคะแนน กำหนดไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

4.51-5.00	หมายความว่าอยู่ในระดับ	มากที่สุด
3.51-4.50	หมายความว่าอยู่ในระดับ	มาก
2.51-3.50	หมายความว่าอยู่ในระดับ	ปานกลาง
1.51-2.50	หมายความว่าอยู่ในระดับ	น้อย
1.00-1.50	หมายความว่าอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด

6. เสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้อง

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

8. จัดทำนวัตกรรมคู่มือพัฒนาศักยภาพนักเล่าเรื่องสื่อความหมายตามแนวคิด BCG และแบบประเมินไปวัดผลกับผู้ที่เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

3.4 การดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลด้านเอกสาร เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี แล้วรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ เอกสาร , หนังสือ, บทความ , การออกแบบการถ่ายทอดความรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วประมวลสรุปเป็นสถานภาพความรู้

2. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสภาพและข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ นักเล่าเรื่อง การสื่อความหมายการท่องเที่ยว และแนวคิด BCG โดยลงพื้นที่สำหรับการเก็บข้อมูล ณ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3. ออกแบบและพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมคู่มือพัฒนาศักยภาพนักเล่าเรื่องสื่อความหมายตามแนวคิด BCG

4. จัดทำคู่มือฯ และดำเนินการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ณ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

5. ถ่ายทอดนวัตกรรมคู่มือพัฒนาศักยภาพนักเล่าเรื่องสื่อความหมายตามแนวคิด BCG ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ

6. วิเคราะห์ข้อมูลผลการถ่ายทอดองค์ความรู้จากแบบสอบถามประเมินโครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ และสรุปผลวิจัย

7. นำเสนอความก้าวหน้าของโครงการวิจัย

8. จัดทำรูปเล่มรายงานวิจัย

3.5 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536)

$$\overline{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ x แทน คะแนนดิบ

$\overline{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

$\sum$ แทน ผลรวม

2. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตร (กานดา พูนลาภทวี. 2530)

$$S.D. = \sqrt{\frac{(X - \overline{X})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทน ข้อมูลแต่ละจำนวน

$\overline{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับคำถาม (IOC : Index of Item Object Congruency) โดยใช้สูตร (พรสันต์ เลิศวิทยาวิวัฒน์, 2554)

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

2. เพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการวิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ตอนที่ 2 แบบประเมินคู่มือโครงการและการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 แบบประเมินค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ผู้วิจัยได้สร้างคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะและได้ให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบคู่มือ นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสร้างจัดทำคู่มือนวัตกรรมนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย และการท่องเที่ยวตามแนวคิดBCG ได้ตรวจสอบเพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยใช้ค่าดรรชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence : IOC) เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการ ถ่ายทอดองค์ความรู้ การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4-1 ค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เกี่ยวกับเรื่องคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ค่า IOC
	1	2	3		
1. คู่มือฯนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย	+1	+1	+1	3	1
2. คู่มือฯนี้ เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาการและเป็นปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1
3. คู่มือฯนี้ เป็นการรวมรวมความรู้เรื่องการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG B= Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ) : พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติจากท้องถิ่นผ่านเรื่องราว C = Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) : การหมุนเวียนทรัพยากรและวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ G = Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) : เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	3	1
4.คู่มือฯนี้ มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สนใจเพื่อส่งเสริมนักเล่าเรื่องชุมชนผ่านโมเดล “เล่า รู้ รักษ์ ร้อย เรื่อง” เพื่อให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้	+1	+1	+0	2	0.67
5. คู่มือฯนี้ มีการลำดับเนื้อหาอ่านเข้าใจง่ายและถูกต้องตามหลักการใช้ภาษา	+1	+1	+1	3	1
6. คู่มือฯนี้ มีรูปภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหา เห็นกระบวนการขั้นตอนได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1
7.คู่มือฯนี้ มีรูปเล่มที่เหมาะสม กะทัดรัด สวยงาม	+1	+0	+1	2	0.67
8. คู่มือฯนี้ ช่วยส่งเสริมให้ผู้ที่มีความสนใจเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเขาตะเคียนโง๊ะ นักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ค่า IOC
	1	2	3		
9. คู่มือฯนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดและช่วยบูรณาการความรู้ในเรื่องเขาตะเคียนโง๊ะ ถ่ายทอดความรู้จากนักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนให้เพื่อนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเขาตะเคียนโง๊ะได้อย่างยั่งยืน	+1	+1	+1	3	1
ผลรวม	0.92				

ตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีความเห็นสอดคล้องกันว่าเนื้อหาในคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะมีความเหมาะสมกับ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เหมาะสมต่อการนำไปถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจต่อไป จากการประเมินประสิทธิภาพค่า IOC อยู่ ในช่วง 0.5 –1.00 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถนำไปใช้ได้

ตอนที่ 2 แบบประเมินคู่มือโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 40 คน โดยแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 11 คน และเพศหญิงจำนวน 29 คน ช่วงอายุของผู้เข้าร่วมโครงการอยู่ที่ 22- 80 ปี

ผู้เข้าร่วมโครงการประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ทำงานทั่วไป เกษตรกร และข้าราชการบำนาญ

เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการ คือ

1. มีความสนใจในกระบวนนำผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ หรือสิ่งเหลือใช้ในการมาพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มคุณค่า และเรื่องราวท้องถิ่น

2. ต้องการหากิจกรรมเพื่อนำไปใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

3. อยากพัฒนาตนเองเพื่อเป็นนักเล่าเรื่องที่ดี อยากถ่ายทอดความเป็นมาของเขาตะเคียนโง๊ะ

ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบประเมินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 40 คน มีผลการประเมินดังนี้

รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. โครงการนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของโครงการ	4.72	0.45	มากที่สุด
2. โครงการนี้ มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ	4.93	0.24	มากที่สุด
3. โครงการนี้เป็นการรวมรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้เรียนรู้การเป็นนักเล่าเรื่องชุมชนผ่านโมเดล “เล่า รู้ รักษ์ ร้อยเรื่อง” เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูดแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขาตะเคียนโง๊ะได้	4.72	0.45	มากที่สุด
4 .โครงการนี้มีการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับหลักการการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG โดยเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด	4.66	0.47	มากที่สุด
5. โครงการนี้มีการถ่ายทอดที่เป็นลำดับขั้นตอน มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับผู้สนใจ	5	0.00	มาก
6. โครงการนี้มีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้	5	0.00	มากที่สุด
7. โครงการนี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG มากขึ้น	4.87	0.33	มากที่สุด
8. โครงการนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดด้านอาชีพ และ	4.57	0.50	มากที่สุด

รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
เพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชน			
9. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ	4.93	0.24	มากที่สุด
10. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อคู่มือและกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ	4.87	0.33	มากที่สุด
รวม	4.83	0.12	มากที่สุด

ตารางที่ 4-2 พบว่า แบบประเมินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.83 (S.D.=0.12) สรุปได้ว่าผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับรายการประเมินจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

ลำดับแรก ผู้เข้าร่วมโครงการมีความเห็นว่าโครงการนี้มีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้และ มีการถ่ายทอดที่เป็นลำดับขั้นตอน มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับผู้สนใจ มีค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ =5 (S.D. = 0.00) ลำดับต่อไป โครงการนี้ มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ และ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ =4.93 (S.D. = 0.24) ต่อมาคือ โครงการนี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสร้าง

นักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG มากขึ้น และผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อคู่มือและกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะเฉลี่ย $\overline{X}$ =4.87 (S.D. = 0.33) ลำดับต่อไป คือ โครงการนี้เป็นการรวมรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้เรียนรู้การเป็นนักเล่าเรื่องชุมชนผ่านโมเดล “ เล่า รู้ รักษ์ ร้อย เรื่อง” เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูดแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขาตะเคียนโจ๊ะได้ และโครงการนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดย มีค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ =4.72 (S.D. = 0.45) นอกจากนี้ ลำดับต่อมาคือ โครงการนี้มีการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับหลักการการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG โดยเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ =4.66 (S.D. = 0.47) สุดท้ายโครงการนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดด้านอาชีพ และเพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ =4.57 (S.D. = 0.50)

ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมโครงการ ดังนี้

1. กิจกรรมน่าสนใจ อยากให้มีมาอีกช่วยส่งเสริมอาชีพให้กับวิสาหกิจชุมชน

2. อยากให้มีกิจกรรมดี ๆ แบบนี้อีกครั้ง

3. กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรู้และเป็นแนวทางในการฝึกการเป็นนักเล่าเรื่องของชุมชน

4.ช่วยสืบทอดความรู้ชุมชน ประวัติ ความเป็นมาและช่วยให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนได้ในผู้ที่ไม่มีประสบการณ์

5. ได้แนวทางการเป็นนักเล่าเรื่อง

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG 2)เพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบประเมินค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรม นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ซึ่งผ่านการตรวจค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และคู่มือนวัตกรรมนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย และการท่องเที่ยวตามแนวคิดBCG ที่มีการประเมินผลโดยแบบสอบถามคู่มือนวัตกรรมโครงการ โดยสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 40 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายทอดองค์ความรู้การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ซึ่งได้มีการใช้ แบบประเมินค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรม พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีความเห็นสอดคล้องกันว่าเนื้อหาในคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีความเหมาะสมกับ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เหมาะสมต่อการนำไปถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจต่อไป การประเมินประสิทธิภาพค่า IOC อยู่ ในช่วง 0.5 –1.00 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถนำไปใช้ได้

5.1.2 ผลการประเมินเพื่อพัฒนาคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบประเมินโครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรม

การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ มีผู้ประเมินที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 40 คน มีผลการประเมินในภาพรวมของโครงการนี้อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.83, S.D. = 0.12)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 จากการศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขาตะเคียนโง๊ะ พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น จุดชมทะเลหมอก 360 องศา แหล่งธรรมชาติใกล้เคียงอย่างทุ่งแสลงหลวง และพื้นที่เชิงประวัติศาสตร์ที่ต่อเนื่องกับพระตำหนักเขาค้อ ซึ่งปัญหาสำคัญที่พบคือ ขาดความรู้และทักษะ ในการเล่าเรื่อง (Storytelling) ขาดระบบการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในรูปแบบที่เชื่อมโยงกับแนวคิด BCG ได้แก่ การสื่อสารคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ (Bio), การใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์ใหม่ (Circular), และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Green) นอกจากนี้ชุมชนยังมี เรื่องเล่าท้องถิ่นที่น่าสนใจจำนวนมาก แต่ยังไม่ได้ถูกพัฒนาให้เป็นเรื่องเล่าสื่อความหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้ง สมาชิกชุมชนมีความต้องการที่จะมีเวทีหรือโอกาสในการพัฒนาทักษะ และต้องการแนวทางที่เป็นรูปธรรม เช่น คู่มือ หรือโมเดลที่ชัดเจนที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเล่าเรื่อง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน และเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของธันย์นิชา เกียรติทับ ทิว เลิศนรเศรษฐ์ (2563) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาระยะแรกพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่อยู่ในระดับมากมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านการจัดการการท่องเที่ยว ส่วนด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่สำคัญสำหรับการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ ควรจัดอบรมให้ ความรู้แก่ผู้ประกอบการและคนในพื้นที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มี ความยั่งยืน ควรสร้างภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และคน ในพื้นที่ รวมถึงการน าเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวที่รองรับได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Pine & Gilmore, 1999) และแนวคิด BCG Economy ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าในการท่องเที่ยว ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ

สถานที่เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ “เรื่องราว” ที่สถานที่นั้นสามารถบอกเล่าได้ งานวิจัยของ Thyne (2001) ยังสนับสนุนว่า ความทรงจำจากการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญต่อการกลับมาเยี่ยมเยียนซ้ำ และการแนะนำต่อ ซึ่งเรื่องเล่าในพื้นที่คือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความทรงจำเหล่านั้น

5.2.2 การสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG ซึ่งจากการสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการออกแบบร่วมกับชุมชน ผู้วิจัยได้พัฒนา นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว โดยในเล่มประกอบไปด้วยเนื้องหาที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับเรื่องรายในชุมชนที่สะท้อนบทบาทการนำเอา**แนวคิด** BCG Model เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเน้นความยั่งยืน ความมีส่วนร่วม และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง ประกอบด้วยเนื้อทั้งหมด 9 เรื่อง คือ 1 เส้นทางหมอกแห่งเขาตะเคียนโง๊ะ 2 แนวคิดBCG พื้นฐานการท่องเที่ยวยั่งยืน 3 ผ้ามัดย้อมผืนผ้าที่เล่าเรื่อง 4 นักเล่าเรื่องคือใคร ? ทำไมถึงสำคัญ 5 เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับการท่องเที่ยวเชิงความหมาย 6 นักเล่าเรื่องสื่อความหมาย ในบริบทการท่องเที่ยวชุมชน 7 โมเดลการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ณ เขาตะเคียนโง๊ะ 8 โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ ณ เขาตะเคียนโง๊ะ “ผืนผ้า เรื่องเล่า และเขาตะเคียนโง๊ะ” และ 9 โมเดลการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ณ เขาตะเคียนโง๊ะ พร้อมด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยวจำลอง

จากคู่มือข้างต้น ผู้วิจัยได้ออกแบบโมเดลที่สัมพันธ์กันกับวิสาหกิจชุนเขาตะเคียนโง๊ะ โดยมีโมเดลที่เรียกว่า **"เล่า รู้ รัก ร้อยเรื่อง"** ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิด BCG Model ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. **เล่า** คือ พัฒนาทักษะการถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีชั้นเชิง ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่องและการใช้ประสาทสัมผัส
2. **รู้** คือ สร้างความรู้ ความเข้าใจบริบทท้องถิ่นและแนวคิด BCG
3. **รัก** คือ ปลูกฝังความรัก ภูมิใจในท้องถิ่น และจิตวิญญาณของการเป็นเจ้าบ้าน
4. **ร้อยเรื่อง** คือ การผสานความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็น “เรื่องเล่าแห่งการเรียนรู้เขาตะเคียนโง๊ะ” สอดคล้องกับจุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ ลานกางเต็นท์ หมู่บ้าน ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

โดยมีการพัฒนาสื่อประกอบ ได้แก่ คู่มือฝึกอบรม แผนกิจกรรมการอบรม และสื่อเสริม เช่น นักเล่าเรื่องจากเขาตะเคียนโง๊ะ , Storytelling Card, Story จุดท่องเที่ยว, และกิจกรรมทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ (สีจากดาวเรือง แก่นฝาง สบู่เลือด) ผลของการนำโมเดลไปใช้ในการทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า สมาชิกชุมชนสามารถพัฒนา **ทักษะการเล่าเรื่อง** ได้ดีขึ้นผู้เข้าร่วมมีความ

เข้าใจในแนวคิด BCG มากขึ้น และสามารถเชื่อมโยงแนวคิดกับบริบทในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม เกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องการขยายผลต่อเนื่องในกลุ่มเยาวชน

โมเดลข้างต้นนี้สอดคล้องกับ วรดาภา พันธ์เพ็ง (2567) กล่าวว่า BCG Model เป็นกลไกขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของ ประเทศรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้น “การเติบโตเชิงคุณภาพ” สร้างความสมดุลของเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value-based Economy) การเติบโตที่เน้นการมีส่วนร่วม (Inclusive Growth) และสังคมที่มีการหมุนเวียนการ ใช้ทรัพยากร (Circular Society) โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Economy Model) พบว่า ชุมชนต้องนำองค์ประกอบจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) ด้านองค์กรชุมชน 3) ด้านการจัดการ 4) ด้านการเรียนรู้มาบูรณาการใน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสัมพันธ์กันกับทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Kolb, 2005:49) ที่เน้น กระบวนการ สร้างความรู้โดยการปรับเปลี่ยนประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง จากการสังเกต การสะท้อนความคิด การ สรุปความคิดรวบยอด นำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติอยู่แล้ว แต่ยังขาดการจัดการและการเชื่อมโยงเป็น “เรื่องเล่า” สอดคล้องกับ สุรสิทธิ์ ดลใจไพรวัลย์(2551) ที่สามารถพัฒนาศักยภาพการสื่อสารให้กับบุคลากรในกลุ่มอาชีพนี้ จะยิ่งทำให้สร้างรายได้ให้ทั้งตัวบุคคลและชุมชนได้ เพราะนักสื่อความหมายท้องถิ่นเสมือนเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ จากศึกษาข้อมูลและสังเกตการณ์โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนนาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ชุมชนบ้านหนองบอน อ.บ่อทอง จ.ชลบุรี และชุมชนบ้านสามขา อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ด้วยเทคนิค การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ทั้งการสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ผลจากการวิเคราะห์ ข้อมูล พบว่า ศักยภาพของนักสื่อความหมายท้องถิ่นจะมีทักษะทั้งหมด 4 ด้านคือ “คิด-ถ่าย-ใช้-สร้างสรรค์” ประกอบด้วย 1) ระบบการคิด 2) การถ่ายทอดข้อมูล 3) การใช้ภาษาในการสื่อความหมาย 4) การใช้ความคิด สร้างสรรค์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2552) ที่ศึกษาศักยภาพของการสื่อความหมาย ทางการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดพะเยา โดยศึกษาความคิดเห็นของคนในชุมชนเรื่องพัฒนาการสื่อความหมายใน ชุมชน พบว่า วิธีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนมากที่สุดได้แก่ การใช้มัคคุเทศก์/ นักสื่อ ความหมาย โดยคิดเป็นร้อยละ 42 จากวิธีการสื่อความหมายทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักสื่อความหมายใน ท้องถิ่นมีความสำคัญมากที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ยังศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาในการสื่อ ความหมาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องความเพลิดเพลิน ไม่เบื่อหน่าย และการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเป็น 2 อันดับแรก สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้มา กล่าวคือ การมีความคิดสร้างสรรค์และการรู้จักถ่ายทอด

เนื้อหาให้ ออกมาเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการเป็นนักสื่อความหมาย

ผลงานวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ พบว่า ผู้วิจัยนี้ได้ออกแบบคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ และถ่ายทอดความรู้ผ่านกิจกรรมโครงการ โดยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดผู้เชี่ยวชาญที่เข้ามามีส่วนร่วม และสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชน โดยเป็นแนวทางที่ช่วยฝึกให้ผู้ร่วมกิจกรรมกล้าตั้งคำถาม กล้าคิด กล้าแสดงออก และกล้าตัดสินใจ ซึ่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนรู้แบบเดิม ที่ผู้รับฟังเพียงอย่างเดียว ไปสู่การเรียนรู้ด้วยตนเองแบบร่วมมือ ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ร่วมกิจกรรมมีความสนใจใฝ่รู้ และรู้จักเรื่องรู้เพื่อแก้ปัญหา สามารถตกผลึกองค์ความรู้ใหม่ได้ด้วยตัวเองโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ถูกต้อง และสนับสนุนให้ผู้เรียนนำองค์ความรู้ที่ได้ประยุกต์ใช้ และนำเสนอสู่ภายนอก เพื่อให้เกิดประโยชน์หรือความเข้าใจแก่บุคคลอื่นในระดับสาธารณะ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบคู่มือนวัตกรรมนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ เพื่อใช้ในการถ่ายทอดความรู้โดยชุมชนซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วม และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการได้ลงมาปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปสร้างประโยชน์ให้กับตนเองและสังคม และ นวัตกรรมเน้นกระบวนการคิด เชื่อมโยงประสบการณ์เดิมและประสบการณ์ใหม่ที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งใช้กระบวนการการเรียนรู้ที่ช่วยสืบทอดองค์ความรู้นี้ให้ยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยาณี กุลชัย (2560) พบว่า คู่มือท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะรู้เรื่องราว ได้รับทราบแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เคยรู้ และจะได้ไปเที่ยวเพิ่มเติม การมีภาพประกอบสวยงาม เนื้อหาสาระดี ทำให้น่าอ่าน และคู่มือท่องเที่ยวมีความเหมาะสมที่จะเผยแพร่คู่มือทาองเที่ยวต่อไป นอกจากนี้การนำแนวคิดการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายตามแนวคด BCG Model ช่วยในการพัฒนาคู่มือนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองมากขึ้น และมุ่งให้มีโอกาสได้เรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้นผ่านการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง ลงมือปฏิบัติ คิด แก้ปัญหา คิดริเริ่มสร้างสรรค์ การทำงานเป็นกลุ่ม สรุปความรู้และสามารถนำเสนอได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ส่งผลให้เกิดกระบวนการถ่ายทอดอันจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพันนาชุมชนแบบการมีส่วนร่วมได้อย่างยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 การพัฒนาต่อยอดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้กระบวนการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในการจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

5.3.2 ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกับงานวิจัยการวางแผนการการจัดการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เชิงกาแฟ โดยการประยุกต์ใช้เทคนิค MACRO model ในรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวแบบ Low Carbon และ มาบูรณาการกับข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อเชื่อมต่อและขยายเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ รวมถึงการนำกิจกรรมตัวอย่างที่อยู่ในเล่มคู่มือมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่อไป

บรรณานุกรม

กรกนก นิลดำ (2563) **การสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงราย.** วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์ , 14 (2),109-135. สืบค้นจาก http://lll.edu.ku.ac.th/kueduv/wp-content/uploads/2021/07/ACT1052.pdf

กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **Customize Your Experience กลยุทธ์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจเฉพาะ.** จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไตรมาสที่ 4/2016 ตุลาคม – ธันวาคม.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2550). **ความหมายและองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม .** .http://library.dip.go.th/Industrial%20Innovation/www/ inno1- 01.html.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). **โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG** . https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-by-nstda/

กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2564). **ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนา ประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจBCG พ.ศ. 2564-2569**. https://www.sepo.go.th/assets/document/file/.pdf

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). **(ร่าง) ยุทธศาสตร์ การขับเคลื่อนการ พัฒนาประเทศไทยด้วยเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2569**. กรุงเทพฯ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

กัลยาณี กุลชัย. (2560).**การสร้างคู่มือการท่องเที่ยวชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ.** วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ปีที่20, 26-41. สืบค้นจาก https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/9500/8107

กานดา พูนลาภทวี. (2530**). สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์

กิตติภูมิ มีประดิษฐ์.(2564). “**การพัฒนาความตระหนักในสิ่งแวดล้อมด้วยวิถีชีวิตเศรษฐกิจหมุนเวียน.”**ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ครั้งที่ 4วันที่ 11 พฤษภาคม 2564. 538-576. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

แก้วตา มุ่งเกษม และสมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2558). **การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพมหานคร: วี.ที.เค. พริ้นท์ติ้ง จำกัด.

คู่มือการพัฒนาผู้สื่อความหมายเบื้องต้น.(2561) **การสื่อความหมาย.** https://anyflip.com/qbwde/rneo/basic

ฉันทนา ปรรณารม. (2561). **ภาษาไทยเพื่ออาชีพ.** กรุงเทพ: วังอักษร.

ทัพไท หน่อสุวรรณและคนอื่น ๆ.(2564). “การเกษตรในเมืองกับ BCG Economic Model.” วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 38(3), 100-116. สืบค้นจาก https://li01.tci-thaijo.org/index.php/MJUJN/article/view/245849/173176

ธันย์นิชา เกียรติทับทิว เลิศนรเศรษฐ์. (2563**). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม.** วารสารศิลปะศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 7(2), 54 – 69.

นรินทร์ สังข์รักษา , สวรรยา ธรรมอภิพล , วรรณวีร์ บุญคุ้ม และอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ (2561) **การพัฒนารูปแบบการสร้างนักเล่าเรื่องและสื่อความหมาย เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก.วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน** ,5(1) , 25-40.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.

ประกอบศิริ ภักดีพานิช. (2552). **ศักยภาพการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวชุมชน: ชุมชนบ้านร่องไฮ จังหวัดพะเยา.** Naresuan University Journal, 18(2). 82-90.

ประเวช ชุ่มเกษรกูลกิจ, ศจีมาจ ณ วิเชียร.(2561) **พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน แนวคิด ปัจจัยเชิง สาเหตุ ความท้าทาย.** วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา สถาบันวิจัยพฤศาสตร์มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ. (10), 25-41.

ปรัชญา เปี่ยมการุณ (2566)**ทักษะสื่อสาร และ การเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ .** http://cosci.swu.ac.th/news-event/cas/2023

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และชัยณรงค์ เครือนวน. (2559). **เศรษฐกิจสีเขียวในชุมชนท้องถิ่นไทย: ศึกษาชุมชนท้องถิ่นแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก**.วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา. 3(2): 85-102.

ปิยะ ตันติเวชยานนท์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์การแห่งนวัตกรรม กรณีศึกษา:บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ 1965 จำกัด.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 9(2), 102 -111.

พัชโรดม อุนสุวรรณ (มปป) **การเตรียมนักเล่าเรื่องของชุมชน** .
https://plan.cdd.go.th/wp-ontent/uploads/sites/.pdf

ภัทร์ธมนต์ พลรงค์, จิตพนธ์ ชุมเกตุ และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2565) **. การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวกับการจัดงานอีเวนต์.** Journal of ArtsManagement. 6(3): 1406-1422.

ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2536). **หลักการวิจัยทางการศึกษา**.พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

วรดาภา พันธ์เพ็ง.(2567). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Economy Model)** . บทความวิชาการ. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ , 9(5), 294-306.

ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบราชการไทย .(2551). **ความหมายของนวัตกรรม .**
http://www.opdc.go.th/psic/main.php?url=content&gp=1&mn=3

สนั่น เถาชารี. (2551). **กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อความสำเร็จขององค์กร.** Industrial Technology Review. 18 (7), 145-151.

สรรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. (2554). **การวางแผนพัฒนาประเทศ.** นนทบุรี: บริษัท ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง จำกัด.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **เกี่ยวกับ BCG: ความเป็นมา.**
https://www.bcg.in.th/background/

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). **แผนกลยุทธ์สวทช. ฉบับทบทวนที่ 6.4 (พ.ศ.2564 – 2458)**. https://www.nstda.or.th/home/nstda_post/nstda-strategy-6-4/

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2565). **BCG Economy Model คืออะไร.**
https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/what-is-bcg-economy-model/

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). (2562). **เร่งเครื่องขึ้นรูป BCG แพคเกจ ระดมเครือข่ายถอดบทเรียนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก พร้อมขยาย ผลสู่การออกแบบมาตรการเพื่อส่งเสริมการลงทุน และการพัฒนาเขตเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรม เน้นชุมชนและท้องถิ่นต้องได้รับประโยชน์โดยตรง.**
https://www.nxpo.or.th/th/1625/.

สุขุม คงดิษฐ์ และธารนี นวัสนธี.(2561).**การสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวนิเวศเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.**รายงานการวิจัย สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สุรสิทธิ์ ดลใจไพรวัลย์. (2551). **นักสื่อความหมายท้องถิ่น** .
http://oknation.nationtv.tv/blog/eapoe/2008/02/05/entry-1

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).(ม.ป.ป.). **คู่มือเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนกรุงเทพมหานคร**: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่(มปป.) **“เรื่องเล่าของชุมชน” สิ่งที่คนนอกสนใจ แต่คนในอาจมองข้าม .**
https://www.step.cmu.ac.th/view_content.php?ct_id=TVRZeg==

เอกปวีร์ สีฟ้า .(2566).**สอนนักเรียนเล่าเรื่องอย่างไรให้สร้างสรรค์ Storytelling Skills.**
https://www.educathai.com/knowledge/articles/590

Aujirapongpan, S., Vadhanasindhu, P., Chandrachai, A. & Cooparat, P. (2010). **Innovation: Definition, classifications and importance of innovation in entrepreneurship**. Journal of Business Administration, 33(128), 49-65. (In Thai)

Hughes, Ch. (2003). **What does it really takes to get into the Ivy League and other highly selectivecolleges.** New York: McGraw-Hill.

Kolb, D. A. (2005), **Experiential learning: Experience as the source of learning and development.Prentice-Hall,** Inc., Englewood Cliffs, N.J., 38.

Morgan, S. and Dennehy, R.(1997). **The power of organizational storytelling: a management development perspective. Journal of Management Development**, 16 (7), p. 494-501.

Peter F. Drucker(2007). **The Essential Drucker.**

Rogers, E. M. (1983). **Diffusion of Innovation**. New York: The Free Press.

Roy Rothwell , Paul Gardiner.(1985) . **Innovation , Innovatin , re-innovation and the role of the user,** Technovatio. P.3,16

Tilden, F. (1977). **Interpreting our heritage.** Chapel Hill: University North Carolina Press.

Tourism Western Australia. (2009). Five A’s of tourism. Australia. :Tourism Western Australia.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กอบกาญจน์ วิเศษรัมย์

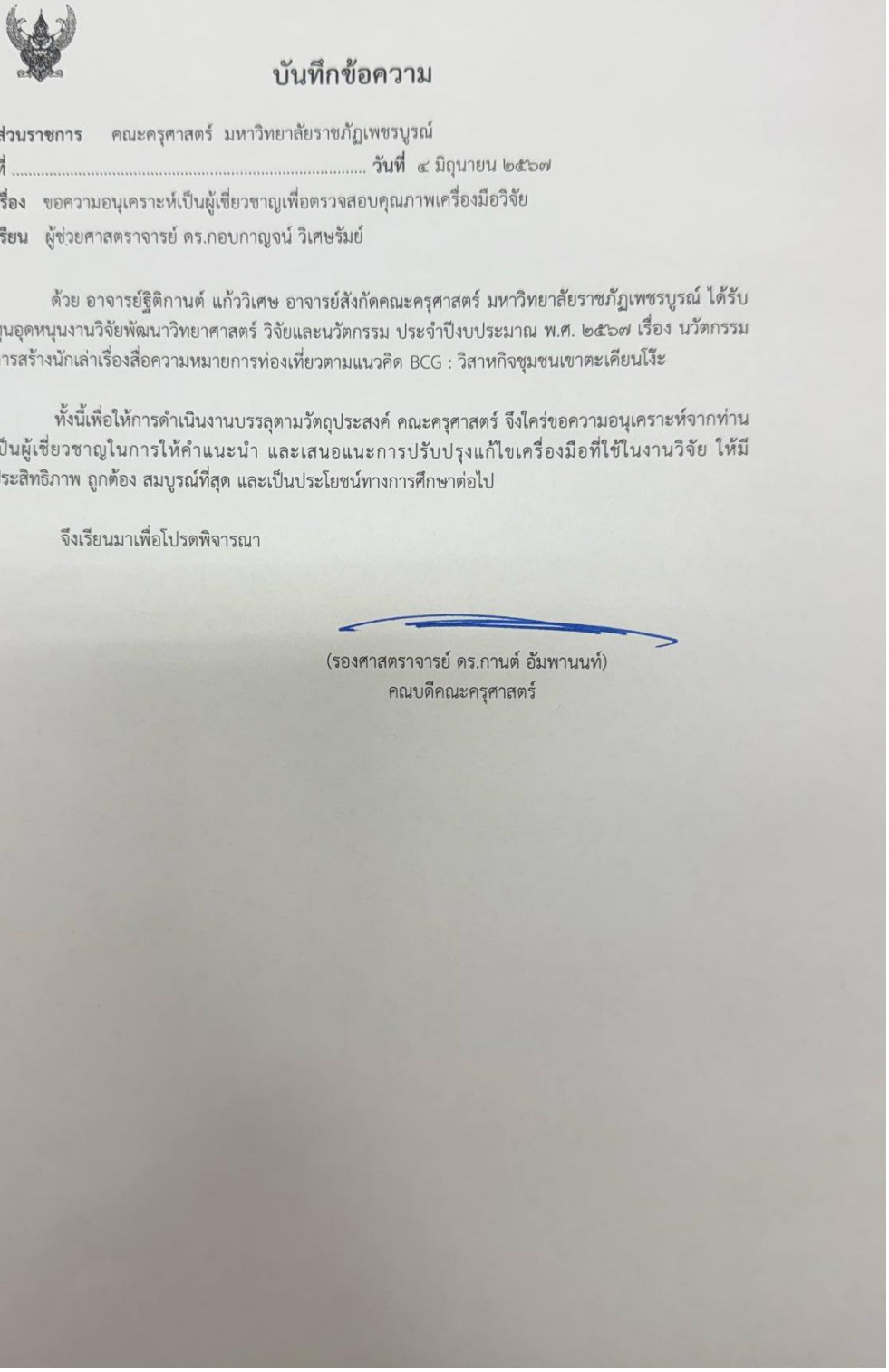
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

2. อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

3. อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ที่ ..... **วันที่** ๔ มิถุนายน ๒๕๖๗
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกาญจน์ วิเศษรัมย์

ด้วย อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ อาจารย์สังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ คณะครุศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ และเสนอแนะการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ให้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง สมบูรณ์ที่สุด และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.กานต์ อัมพานนท์)
คณบดีคณะครุศาสตร์

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ที่ ..... **วันที่** ๔ มิถุนายน ๒๕๖๗
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
เรียน อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา

ด้วย อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ อาจารย์สังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ คณะครุศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ และเสนอแนะการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ให้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง สมบูรณ์ที่สุด และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.กานต์ อัมพานนท์)
คณบดีคณะครุศาสตร์

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ที่ ..... **วันที่** ๔ มิถุนายน ๒๕๖๗
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
เรียน อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ

ด้วย อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ อาจารย์สังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง้ะ

ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ คณะครุศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ และเสนอแนะการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ให้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง สมบูรณ์ที่สุด และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.กานต์ อัมพานนท์)
คณบดีคณะครุศาสตร์

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และแบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

- แบบประเมินคู่มือการสร้างนักเล่าเรื่องเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ภายใต้ชุดโครงการวิจัย นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (IOC)

- แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ

แบบประเมินคู่มือการสร้างนักเล่าเรื่องเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ภายใต้ชุดโครงการวิจัย นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG
วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u>

เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG และเพื่อสร้างนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

คำชี้แจง

แบบประเมินฉบับนี้ประเมินเกี่ยวกับเรื่องคู่มือการสร้างนักเล่าเรื่องเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ โดยให้ท่านอ่านคำถาม แล้วทำเครื่องหมาย □ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ตามค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

รายการประเมิน	**การวัดระดับ**			
	-1	**0**	**1**	
1. คู่มือฯนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย				
2. คู่มือฯนี้ เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาการและเป็นปัจจุบัน				
3. คู่มือฯนี้ เป็นการรวมรวมความรู้เรื่องการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG B= Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ) : พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติจากท้องถิ่นผ่านเรื่องราว C = Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) : การหมุนเวียนทรัพยากรและ				

รายการประเมิน	การวัดระดับ			
	-1	0	1	
วัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ G = Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) : เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม				
4.คู่มือฯนี้ มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สนใจในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมนักเล่าเรื่องชุมชนให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้				
5. คู่มือฯนี้ มีการลำดับเนื้อหาอ่านเข้าใจง่ายและถูกต้องตามหลักการใช้ภาษา				
6. คู่มือฯนี้ มีรูปภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหา เห็นกระบวนการขั้นตอนได้อย่างชัดเจน				
7.คู่มือฯนี้ มีรูปเล่มที่เหมาะสม กะทัดรัด สวยงาม				
8. คู่มือฯนี้ ช่วยส่งเสริมให้ผู้ที่มีความสนใจเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเขาตะเคียนโง๊ะ นักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนเพิ่มขึ้น				
9. คู่มือฯนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดและช่วยบูรณาการความรู้ในเรื่องเขาตะเคียนโง๊ะ การถ่ายทอดความรู้จากนักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนให้เพื่อนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเขาตะเคียนโง๊ะได้อย่างยั่งยืน				

ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

ลงนาม.....ผู้เชี่ยวชาญ

(……)

ตำแหน่ง.....

1. ค่าความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมกับคำถาม (IOC : Index of Item Object Congruency) ของแบบประเมินคู่มือการสร้างนักเล่าเรื่องเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG :วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะภายใต้ชุดโครงการวิจัย นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCGวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับคำถาม (IOC : Index of Item Object Congruency) โดยใช้สูตร (พรสันต์ เลิศวิทยาวิวัฒน์, 2554)

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความสอดคล้องของคู่มือนวัตกรรมกับคำถามของแบบประเมิน

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. คู่มือฯนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย	+1	+1	+1	3	1
2. คู่มือฯนี้ เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาการและเป็นปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1
3. คู่มือฯนี้ เป็นการรวมรวมความรู้เรื่องการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG B= Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ) : พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติจากท้องถิ่นผ่านเรื่องราว C = Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) : การหมุนเวียนทรัพยากรและวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ G = Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) : เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	3	1
4.คู่มือฯนี้ มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สนใจในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมนักเล่าเรื่องชุมชนให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้	+1	+1	+0	2	0.67
5. คู่มือฯนี้ มีการลำดับเนื้อหาอ่านเข้าใจง่ายและถูกต้องตาม	+1	+1	+1	3	1

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	แปลผล
	1	2	3		
หลักการใช้ภาษา					
6. คู่มือฯนี้ มีรูปภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหา เห็นกระบวนการขั้นตอนได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1
7.คู่มือฯนี้ มีรูปเล่มที่เหมาะสม กะทัดรัด สวยงาม	+1	+0	+1	2	0.67
8. คู่มือฯนี้ ช่วยส่งเสริมให้ผู้ที่มีความสนใจเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเขาตะเคียน โง๊ะ นักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	3	1
9. คู่มือฯนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดและช่วยบูรณาการความรู้ในเรื่องเขาตะเคียน โง๊ะ การถ่ายทอดความรู้จากนักเล่าเรื่อง และการผลิตสินค้าเพื่อสร้างเรื่องราวสู่ชุมชนให้เพื่อนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเขาตะเคียน โง๊ะ ได้อย่างยั่งยืน	+1	+1	+1	3	1
ผลรวม	0.92				สอดคล้อง

*หมายเหตุ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกาญจน์ วิเศษรัมย์

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา

แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

****

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ และเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถาม โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของความคิดหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ

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

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. อาชีพ

.....

<u>ตอนที่ 2</u> แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

รายการประเมิน	**ระดับคะแนน**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
1. โครงการนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของโครงการ					
2. โครงการนี มีการถ่ายทอดความรู้เกียวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ					
3. โครงการนี้เป็นการรวมรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูดแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขาตะเคียนโง๊ะได้					
4 .โครงการนี้มีการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับหลักการการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG โดยเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด					
5. โครงการนี้มีการถ่ายทอดที่เป็นลำดับขั้นตอน มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับผู้สนใจ					
6. โครงการนี้มีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้					
7. โครงการนี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG มากขึ้น					
8. โครงการนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดด้านอาชีพ และเพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชน					
9. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง					

รายการประเมิน	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
สื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ					
10. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อคู่มือและกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ					

ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

- ตัวอย่างคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

คู่มือนวัตกรรม

การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชน เขาตะเคียนโจ๊ะ

ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง
นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ ผู้จัดทำ

VOL. 01

บทนำ

"การเดินทางไม่ได้พาเราไปแค่สถานที่ใหม่ ๆ แต่พาเราเข้าไปในเรื่องเล่าที่ซ่อนอยู่ในผู้คนธรรมชาติและวิถีชีวิต"

ในยุคที่การท่องเที่ยวมิใช่เพียงแค่การเดินทางเพื่อพักผ่อน แต่เป็นการแสวงหาความหมาย เรียนรู้ และเชื่อมโยงกับพื้นที่อย่างลึกซึ้ง **"การเล่าเรื่อง"** จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับชุมชนได้อย่างทรงพลัง โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวชุมชน ที่ผู้คนในพื้นที่ไม่ได้เป็นเพียงผู้ให้บริการ แต่คือ **"เจ้าของเรื่องราว"** ที่พร้อมจะแบ่งปัน

เขาตะเคียนโจ๊ะ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และนวัตกรรมของชุมชน วิถีชีวิตที่เรียบง่ายท่ามกลางสายหมอก ความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพ และภูมิปัญญาในการสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น ผ้ามัดย้อมจากสีพืชท้องถิ่น ล้วนเป็นมรดกที่มีชีวิต ซึ่งสามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่านสายตาและหัวใจของนักเล่าเรื่องรุ่นใหม่

คู่มือฉบับนี้จึงถูกออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิด **BCG (Bio-Circular-Green Economy)** โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนา **"นักเล่าเรื่องสื่อความหมาย"** ที่ไม่เพียงเล่าเรื่องเป็น แต่เข้าใจคุณค่าของพื้นที่ สามารถเชื่อมโยงทรัพยากร วัฒนธรรม และเศรษฐกิจชุมชนให้เป็นหนึ่งเดียว

เนื้อหาในเล่มประกอบด้วยแนวคิด BCG ที่ประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวชุมชน เทคนิคการเล่าเรื่อง การฝึกสร้าง Story Card และกรณีศึกษาจากพื้นที่จริง พร้อมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่ชวนให้ผู้อ่านได้มีส่วนร่วมในการสร้างเรื่องเล่าของตนเอง

เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือเล่มนี้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ จุดประกายความคิด และต่อยอดการพัฒนานักเล่าเรื่องในทุกชุมชนของประเทศไทย เพื่อให้การท่องเที่ยวไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังสร้าง **"คุณค่า"** และ **"ความเข้าใจ"** อย่างยั่งยืน

เพราะทุกภูเขาหินล้อยผ่าน ต่างมีเรื่องราวที่รอให้เราเล่า

ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ
ผู้จัดทำ

บทนำเกี่ยวกับ BCG และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นกรอบแนวคิดที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยผสานรวมแนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ (Bio), การใช้ทรัพยากรหมุนเวียนและการลดของเสีย (Circular), และการรักษาสิ่งแวดล้อม (Green) การนำแนวคิด BCG มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้กรอบ BCG มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม โดยการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สำหรับคนรุ่นต่อไป นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมายผ่านการเชื่อมโยงกับชุมชนและธรรมชาติ ขณะเดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นก็ได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจและการสร้างงาน

การนำแนวคิด BCG มาใช้ในการท่องเที่ยวไม่เพียงแค่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังส่งเสริมความเข้าใจและการดูแลรักษาธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงไม่ใช่เพียงแค่การเดินทาง แต่เป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นสำหรับโลกและสังคม

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1 เส้นทางหมอกแห่งเขาตะเคียนโง้ะ	1
2 แนวคิดBCG พื้นฐานการท่องเที่ยวยั่งยืน	6
3 ผ้ามัดย้อม ...สืบผ้าที่เล่าเรื่อง	11
4 นักเล่าเรื่องหรือใคร ? ทำไมถึงสำคัญ	15
5 เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับการท่องเที่ยวเชิงความหมาย	19
6 นักเล่าเรื่องสื่อความหมาย ในบริบทการท่องเที่ยวชุมชน	23
7 โมเดลการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย เล่า รู้ รัก ร่วยเรื่อง" ณ เขาตะเคียนโง้ะ	27
8 โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ ณ เขาตะเคียนโง้ะ "ผืนผ้า เรื่องเล่า และเขาตะเคียนโง้ะ"	30
9. กรณีตัวแบบ Macro Model	32
อ้างอิง	33

1 เส้นทางหมอกแห่งเขาตะเคียนโง้ะ

"หมอกยามเช้าแห่งเขาตะเคียนโง้ะ
เรื่องเล่าของชุมชนที่เติบโตบนความพอเพียง"

ณ พื้นที่สูงกลางหุบเขาในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ **"เขาตะเคียนโง้ะ"** ชื่อสถานที่แห่งนี้ มีที่มาจากเมื่อในอดีตเป็นภูเขาที่เคยมี ต้นตะเคียน ที่มีลำษณะพิเศษ มีความโค้งงอโน้มลงสู่พื้นที่ (โง้ะ หมายถึง โค้งงอหรือคนเคี้ยว ซึ่งเป็นภาษาอีสาน) ตั้งตระหง่านโดดเด่นอยู่บนภูเขาลูกนี้ ซึ่งปัจจุบันได้โค่นล้มไปตามเวลาแล้ว

เขาตะเคียนโง้ะ เป็นดินแดนสมรภูมิของการสู้รบ ชื่อฐานปฏิบัติการ **"ดาวลอย"** ซึ่งเป็นฐานที่มั่นของทหารไทย ในการยิงสนับสนุนปืนใหญ่ในการสู้รบเมื่อปี 2511 – 2524

หลังจากเหตุการณ์สู้รบสงบลง **"เขาตะเคียนโง้ะ"** กลายเป็นภูเขาที่รกร้างว่างเปล่า เป็นป่าเสื่อมโทรม เมื่อเข้าสู่ฤดูแล้ง เกิดไฟป่าทุกปี จนกลายเป็นภูเขาหัวโล้น

เมื่อปี 2551 หมู่บ้านสนสวย หมู่ที่ 2 ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ ได้มีมติขออนุญาตใช้พื้นที่จากกองทัพ

ภาคที่ 3 นำโดย นายจรูญ โมราเพ็ง (ผู้ใหญ่บ้านในขณะนั้น) พร้อมด้วยราษฎร ร่วมกันพัฒนาปรับพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโครงการอยู่ดีมีสุข ,อบจ.เพชรบูรณ์, อบต.หนองแม่นา, ภาครัฐและภาคเอกชน (นายสุทัตน์ โทเพชร)

จุดชมวิวเขาตะเคียนโง้ะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชน จัดตั้งเป็น **"กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจุดชมวิวเขาตะเคียนโง้ะ บ้านสนสวย"** จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้น ๆ ของจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถเดินชมทะเลหมอกได้รอบทิศทาง 360 องศา มีนักท่องเที่ยวหลายท่านได้กล่าวไว้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม สามารถมองเห็น **"เขาย่า"** ในมุมที่คล้าย **"เขาฟูจิ"** ของประเทศญี่ปุ่น

ในยามเช้ามองเห็นพระอาทิตย์ขึ้นเป็นสีทองเหลืองอร่าม สวยงาม สัมผัสกับกลิ่นไอทะเลหมอกบอกรัก 360 องศา ในยามเย็นมองเห็นพระอาทิตย์ตก

ในยามกลางคืน นอนดูดาว มองเห็นดาวทั้งฟ้า และดาวบนดิน มีบริการกางเต้นท์ และบ้านพักโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยว ในส่วนของบ้านพักโฮมสเตย์จะเป็นการรวมกลุ่มของชุมชนที่เป็นบ้านพักโฮมสเตย์ซึ่งอยู่ในหมู่บ้านในละแวกนั้น และยังสามารถเยี่ยมชมวัฒนธรรมท้องถิ่น การแสดงและการละเล่นพื้นบ้าน กินอาหารพื้นถิ่น เยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน ผัก ผลไม้ตามฤดูกาล ของฝากและของที่ระลึกได้ตลอดทั้งปี

หมู่บ้านสนสวย
ประวัติความเป็นมาโดยย่อของหมู่บ้าน

หมู่บ้านสนสวย หมู่ที่ 2 ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2526 เดิมชื่อหมู่บ้าน **"นวลศรี"** ซึ่งเป็นฐานปฏิบัติการทางทหาร เพื่อสู้รบกับผกค. ในอดีต และเป็นพื้นที่ของโครงการพระราชดำริ ในรัชกาลที่ 9 องค์พระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ฯ ได้มีพระราชดำริให้กองทัพภาคที่ 3 จัดสรรพื้นที่ ที่อยู่อาศัย และที่ทำกิน ให้ราษฎรอาสาสมัคร (ร.อ.ส.) เข้าอยู่อาศัย เพื่อช่วยดูและและรักษาพื้นที่ให้กับทางรัฐจำนวน 50 ครัวเรือน

ต่อมาในปี พ.ศ.2528 กองทัพภาคที่ 3 กองอำนวยการเพื่อความมั่นคงภายในภาคที่ 3 ได้ย้ายราษฎรจากหมู่บ้าน **"อรามพงษ์"** ในขณะนั้นมาอยู่เพิ่มอีก 13 ครัวเรือน รวมเป็น 63 ครัวเรือน โดยแต่ละครัวเรือนจะได้พื้นที่ทำกิน 15 ไร่ ที่อยู่อาศัย 2 งาน พร้อมบ้านที่อยู่อาศัย 1 หลัง โดยมีหัวหน้าชุดควบคุมชื่อ ร.ท.วัชรินทร์ เนียมจุ้ย เป็นผู้ควบคุมดูแล และได้แต่งตั้งให้นายสมบัติ ฉุ่ทองดี เป็นหัวหน้าหมู่บ้านในขณะนั้น โดยได้นำไม้สน มาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยให้กับราษฎร ต่อมาหมู่บ้านได้มีการทำประชาคม มีมติของเปลี่ยนชื่อหมู่บ้าน เป็นหมู่บ้าน **"สนสวย"** จนถึงปัจจุบัน

การท่องเที่ยวและธรรมชาติ

- **ทะเลหมอก** : เป็นจุดเด่นของเขาตะเคียนโง้ะยามเช้านักท่องเที่ยวมักมาชมทะเลหมอกที่ลอยอยู่เหนือภูเขา
- **วิวทิวทัศน์** : สามารถมองเห็นทิวเขาที่สลับซับซ้อนและธรรมชาติที่สวยงาม
- **กิจกรรม** : การเดินป่า และถ่ายภาพ

ข้อมูล เขาตะเคียนโง้ะ เขาค้อ เพชรบูรณ์

- ที่ตั้ง : ทางหลวง 2258 หมู่ที่ 6 ตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
- เปิดให้เข้าชม : สามารถเที่ยวชมได้ตลอดทั้งวันโดยไม่เสียค่าเข้าชม

การเดินทางไปจุดชมวิวเขาตะเคียนโง้ะ

เริ่มต้นจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง เพชรบูรณ์ไปทางเส้นถนนสระบุรี-หล่มสัก เลี้ยวซ้ายทางไปพระตำหนักเขาค้อ มุ่งไปทางทุ่งแสลงหลวง ระยะทาประมาณ 43 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 50 นาที

แผนที่จุดชมวิวเขาตะเคียนโง้ะ

2. แนวคิด BCG: พื้นฐานของการท่องเที่ยวยั่งยืน

แนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบที่ยั่งยืน โดยผสมผสานสามแนวคิดหลัก ได้แก่ Bio Economy, Circular Economy, และ Green Economy เพื่อสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนในระยะยาว

1. Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ): เน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพในการผลิตสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพ เช่น และการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มคุณค่าของทรัพยากรชีวภาพและลดการพึ่งพาวัสดุจากฟอสซิล

2. Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน):

มุ่งเน้นการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรและวัสดุในการผลิตและการบริโภค เพื่อลดปริมาณของเสียและการใช้ทรัพยากรใหม่ แนวคิดนี้รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลหรือใช้ซ้ำได้ การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

3. Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว):

มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการผลิต โดยการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน นอกจากนี้ยังสนับสนุนการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ และการบริโภคอย่างรับผิดชอบ

"การท่องเที่ยวที่ดี_ไม่ควรใช้ทรัพยากรมากเกินไป แต่ควรทิ้งความหมายไว้ให้กับพื้นที่มากขึ้น"

การท่องเที่ยวยุคใหม่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่จำนวนผู้มาเยือนหรือรายได้ที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และคุณค่าของชุมชนในระยะยาว

หนึ่งในแนวคิดที่กำลังถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในประเทศไทย คือแนวคิด BCG

แนวคิด BCG ช่วยให้เราสามารถ **"ออกแบบการท่องเที่ยว"** ที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า และส่งเสริมบทบาทของชุมชนให้เป็นเจ้าของพื้นที่อย่างแท้จริง

Bio: พืช ป่า และคน

ในพื้นที่เขาตะเคียนโง้ง ชีวิตของผู้คนเชื่อมโยงกับป่าและพืชพันธุ์ธรรมชาติมายาวนาน ไม่ว่าจะเป็นการใช้ไม้ไผ่และสมุนไพรพื้นบ้านในการประกอบอาหาร รักษาโรค หรือแม้แต่การใช้เปลือกไม้บางชนิดในการย้อมผ้า

ผ้ามัดย้อมจากดอกดาวเรือง แก่นฝาง ใบสบู่เลือด คือเครื่องยืนยันว่า **"ทรัพยากรชีวภาพ"** หากถูกใช้ด้วยความเข้าใจ ยอมกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งมูลค่า และเรื่องเล่า... ชาวบ้านจึงไม่ได้มองธรรมชาติเป็นแค่แหล่งเก็บเกี่ยว แต่คือ **"เพื่อนร่วมอยู่"** ที่ต้องรักษา เคารพ และอยู่ด้วยกันอย่างสมดุล

Circular: เศษผ้า กลายเป็นของที่ระลึก

ในกิจกรรมการย้อมผ้า หรือการผลิตสินค้าชุมชน **"ของเหลือ"** ไม่เคยถูกมองเป็นขยะ แต่เป็นจุดเริ่มของ **"ของใหม่"** ที่มีคุณค่าทางใจ

เศษผ้าหลังย้อมถูกนำไปตัดเย็บเป็นผ้าคลุมไหล่ หมวก ซองใส่ทรัพย์ ถุงหอม หรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว แม้แต่น้ำที่เหลือจากการย้อมผ้าก็ถูกนำไปหมักเป็นปุ๋ยชีวภาพ

นี่คือ **"Circular Thinking"** แนวคิดที่มองเห็นคุณค่าของทุกสิ่ง และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่สร้างภาระให้โลก

Green : ท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งความทรงจำ

เขาตะเคียนโง้งส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การชมทะเลหมอกยามเช้าโดยไม่สร้างสิ่งปลูกสร้างถาวร และการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว **"พกคืน"** (ขยะของตัวเองกลับไป)

ชุมชนยังจัดกิจกรรมให้ผู้มาเยือน **"ได้เรียนรู้"** แทนการแค่ **"มองผ่าน"** ไม่ว่าจะเป็นการทดลองย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ หรือการนั่งล้อมวงฟังปราชญ์เล่าเรื่องป่าและวัฒนธรรมเก่าแก่

การท่องเที่ยวจึงไม่ใช่การมาบริโภคพื้นที่ แต่เป็นการมาแลกเปลี่ยนเรื่องราวและทิ้งไว้เพียง **"รอยยิ้ม"** ไม่ใช่รอยทำลาย

ดังนั้น BCG ไม่ใช่คำยาก ไม่ใช่แค่นโยบาย แต่คือ **วิถีชีวิต** ที่ชุมชนเล็ก ๆ อย่างเขาตะเคียนโง้งได้พิสูจน์แล้วว่า **"ทำได้จริง"** ผ่านการท่องเที่ยวผ่านผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และผ่านเรื่องเล่าที่ออกมาจากใจ

"เพราะนักเล่าเรื่องที่ดี...ไม่ได้เล่าแค่เพื่อให้รู้ แต่เล่าเพื่อให้เข้าใจและเห็นคุณค่าที่ซ่อนอยู่ในสิ่งธรรมดา"

3. ผ้ามัดย้อม ...ผืนผ้าที่เล่าเรื่อง

"บนผืนผ้า... ไม่ใช่แค่ลวดลาย แต่คือร่องรอยของป่า ภูมิปัญญา และหัวใจของชุมชน"

มัดย้อมจากธรรมชาติ: มรดกแห่งสีที่ไม่ใช้สารเคมี

การทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ เป็นหนึ่งในภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมายาวนานของชุมชนไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่มีความสัมพันธ์แนบแน่นกับทรัพยากรธรรมชาติ ไม่เพียงแค่เพื่อความงาม แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงความเข้าใจใน **"รอบปัธรรมชาติ"** และความเคารพต่อสิ่งแวดล้อม

ที่ **ชุมชนเขาตะเคียนโง้ง** การทำผ้ามัดย้อมไม่ใช่แค่ **"งานหัตถกรรม"** แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผสานทั้ง **วัตถุดิบในป่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเรื่องราวของชีวิต** อย่างกลมกลืน

วัตถุดิบท้องถิ่น : สีจากธรรมชาติที่บอกเล่าภูมิอากาศและฤดูกาล

การทำผ้าย้อมธรรมชาติเริ่มต้นจากการเก็บวัตถุดิบรอบตัว เช่น ฝัก ใบไม้ เปลือกไม้ ดอกไม้ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่หมุนเวียนตามฤดูกาล แต่ละสีไม่ใช่แค่ **"โทนสี"** แต่สะท้อนสภาพภูมิประเทศและความทรงจำของชุมชน

สีเหลืองจากดอกดาวเรือง
ให้โทนอุ่นสดใส แสดงถึงความเบิกบานของแสงอาทิตย์ ในชวงฤดูแล้ง ชาวบ้านเชื่อว่าสีนี้ช่วยเสริมโชคลาภและความเป็นสิริมงคล

สีชมพูจากแก่นฝาง
แกนไม้สีแดงที่เมื่อเคี่ยวนานจะให้สีชมพูอมแดงนวล สื่อถึงความรัก ความอบอุ่น และความออนโยน

สีเขียวจากใบสบู่เลือด
สีเขียวออนแบบธรรมชาติที่ได้จากการต้มใบพืชพื้นถิ่น เป็นสัญลักษณ์ของการอยู่รวมกับป่า และพลังของธรรมชาติในการเยียวยา

ขั้นตอนที่ถ่ายทอดความละเอียดและหัวใจของชุมชน

การทำผ้ามัดย้อมจากธรรมชาติ มีทั้งศาสตร์ (กระบวนการ) และศิลป์ (ความคิดสร้างสรรค์) โดยเริ่มจากการเตรียมผ้า การหมักวัตถุดิบ การย้อมซ้ำหลายครั้ง และการปล่อยให้สีแห้งอย่างช้า ๆ กระบวนการนี้ใช้เวลา แต่ทุกขั้นตอนล้วนแฝง **"เรื่องเล่า"** และ **"คุณค่า"** ที่ลึกซึ้ง

"สีธรรมชาติอาจไม่สดเท่าสีเคมี.. แต่เรื่องราวที่อยู่ในผืนผ้าหลับมีชีวิตมากกว่า"

ผ้าผืนนี้มีเรื่องเล่า : จากธรรมชาติสู่หัวใจนักท่องเที่ยว

นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย ได้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ณ เขาตะเคียนโง้ง ที่ได้ออกแบบกิจกรรมให้ **นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม** กับการทำผ้ามัดย้อม

ไม่ใช่แค่ซื้อ แต่ได้ลงมือย้อมเอง
ไม่ใช่แค่ชม แต่ได้ฟังเรื่องราวจากผู้เฒ่าในชุมชน
ไม่ใช่แค่ผ้าธรรมดา แต่กลายเป็น **"ผ้าผืนเดียวในโลก"** ที่เล่าเรื่องของธรรมชาติ วันเวลา และความรู้สึกของผู้ย้อม

เชื่อมโยงกับ BCG: ผ้าที่ยั่งยืนสื่อสารได้และไม่ทำร้ายโลก

แนวคิด BCG	การย้อมผ้า
Bio	ใช้พืชสมุนไพรและวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น แก่นฝาง ใบไม้ เปลือกไม้
Circular	นำเศษผ้าไปแปรรูปเป็นของที่ระลึก เช่น ของผ้าปาสมุด ถุงผ้า
Green	ไม่ใช้สารเคมี ย้อมในหม้อดิน ใช้น้ำซ้ำและตากแดดธรรมชาติ

ดังนั้น ผ้ามัดย้อมไม่ใช่แค่สิ่งทอ แต่เป็นเรื่องเล่าที่สวมใส่ได้ ในทุกลวดลายและสีสันมีที่มา มีความหมาย และสามารถสงต่ออัตลักษณ์ของชุมชนให้ผู้คนที่อยู่ไกล ชุมชนเขาตะเคียนโง้งจึงไม่ได้ย้อมแค่ผ้า...แต่ย้อม **"คุณค่า"** ลงบนผืนชีวิต และส่งต่อให้โลกได้ฟัง

เมื่อผืนผ้ากลายเป็นเรื่องเล่า..
การท่องเที่ยวก็กลายเป็นการเรียนรู้

4. นักเล่าเรื่องคือใคร? ทำไมถึงสำคัญ

"นักท่องเที่ยวอาจลืมสถานที่ที่เขาไป..
แต่จะไม่ลืมเรื่องเล่าที่เขาได้ฟัง"

นักเล่าเรื่องคือใคร?

นักเล่าเรื่องสื่อความหมาย (Interpretive Storyteller) คือบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอด **"เรื่องราว"** ที่อยู่เบื้องหลังสถานที่ วัตถุ วิถีชีวิต หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการเล่าเรื่องที่มีพลัง น่าสนใจ และเข้าใจง่าย

นักเล่าเรื่องไม่ได้บอกแค่ **"ข้อเท็จจริง"** แต่ตีความสิ่งเหล่านั้นให้มีชีวิต มีอารมณ์ และสื่อสารไปถึงใจผู้ฟง ทำให้ผู้คนที่มาเยือนได้ **เชื่อมโยง** กับสถานที่และชุมชนในระดับลึกซึ้งกวาการท่องเที่ยวทั่วไป

บทบาทของนักเล่าเรื่องในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในชุมชนท่องเที่ยวอย่างเขาตะเคียนโง้ง นักเล่าเรื่องเปรียบเสมือน "สะพาน" ที่เชื่อมระหว่าง

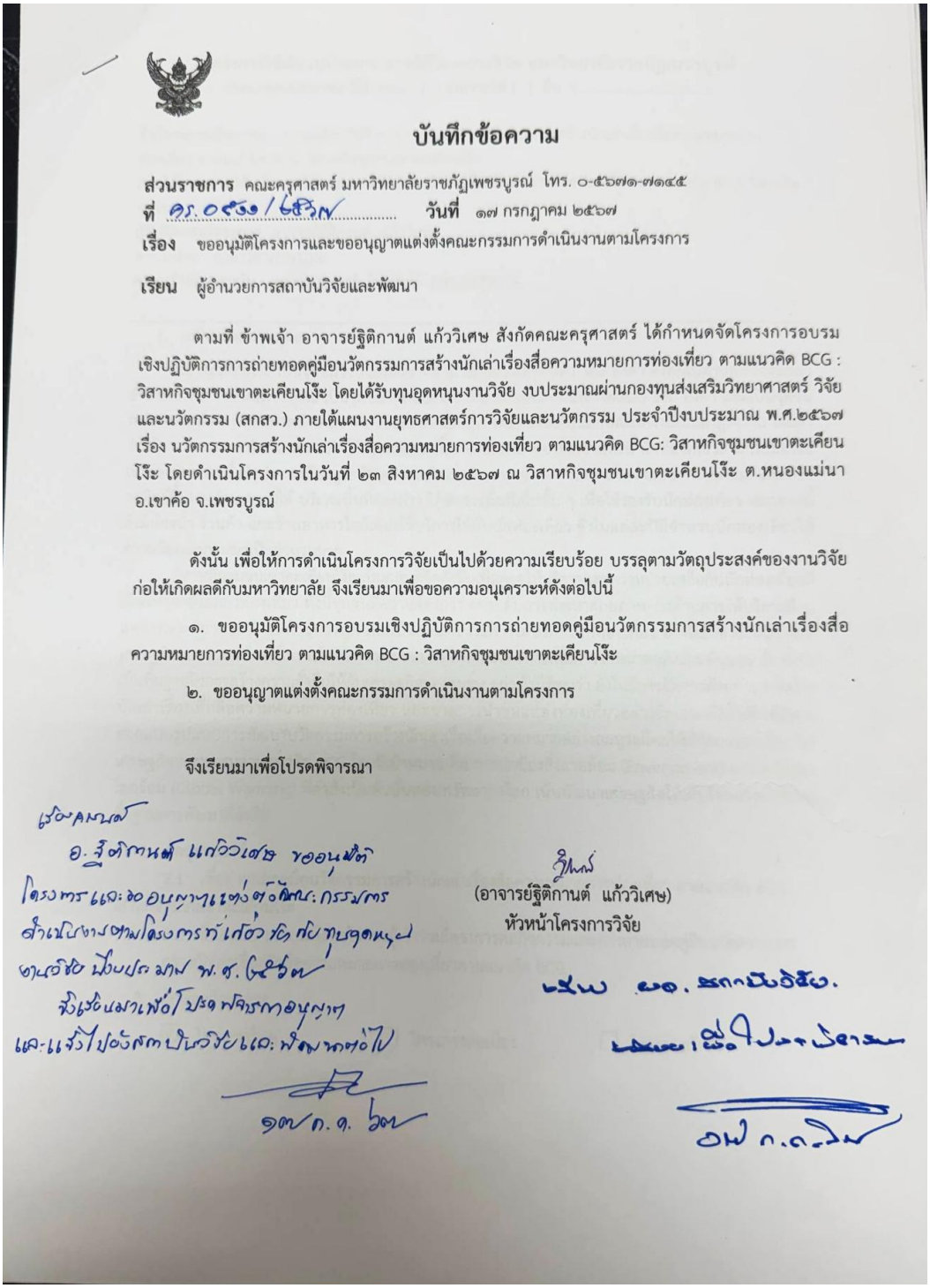
- วัฒนธรรม กับนักท่องเที่ยว
- วิถีชุมชน กับคนต่างถิ่น

ภาคผนวก ง

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการภายใต้โครงการวิจัย

- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG:วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ โทร. ๐-๕๖๗๑-๗๑๔๕
ที่ อว.๐๕๖๑/๒๕๖๗ **วันที่** ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๗
เรื่อง ขออนุมัติโครงการและขออนุญาตแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามโครงการ

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

ตามที่ ข้าพเจ้า อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ สังกัดคณะครุศาสตร์ ได้กำหนดจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ โดยได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัย งบประมาณผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗ เรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ โดยดำเนินโครงการในวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๗ ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินโครงการวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ก่อให้เกิดผลดีกับมหาวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ดังต่อไปนี้

๑. ขออนุมัติโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG : วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

๒. ขออนุญาตแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ)
หัวหน้าโครงการวิจัย

โครงการใช้เงินงบประมาณภายใต้โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ประเภทงบประมาณ ☑ ววน. [ ] เงินรายได้ [ ] อื่น ๆ.....

ชื่อโครงการ/กิจกรรม อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ผู้รับผิดชอบโครงการ อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ
สาขา/ฝ่าย สาขาวิชาภาษาไทย
คณะ/สำนัก/สถาบัน คณะครุศาสตร์ โทรศัพท์ 088-5475076.....

---

1. **หลักการและเหตุผล**

เขาตะเคียนโจ๊ะ เป็นจุดชมวิวบนยอดเขาที่สามารถชมวิวได้รอบตัว 360 องศา ตั้งอยู่ในตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นจุดชมวิวบนยอดเขาที่สามารถชมทัศนียภาพแบบ 360 องศา และเป็นจุดชมทะเลหมอกที่สวยที่สุดแห่งหนึ่งบนเขาค้อ ในอดีตเคยเป็นภูเขาที่มีต้นตะเคียนลักษณะโค้งงอโน้มลงสู่พื้นดิน โดยคำว่า โจ๊ะ มาจากภาษาอีสาน หมายถึง โค้งงอหรือคดเคี้ยว จึงเป็นที่มาของชื่อเขาแห่งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถมองไปเห็นเขาปู่เขาย่า ซึ่งมีรูปทรงคล้ายภูเขาไฟฟูจิ รวมถึงเขาค้อ ยามเช้าจะเห็นความงดงามของทะเลหมอกและพระอาทิตย์ขึ้นทางด้านเขาย่าได้ บริเวณพื้นที่ดังกล่าว ได้จัดสรรพื้นที่เป็นชั้น ๆ เพื่อใช้รองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีห้องน้ำ ร้านค้า และร้านอาหารใกล้เคียงไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวให้ความนิยมเดินทางมาเป็นจำนวนมาก

วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคอยให้บริการและความช่วยเหลือกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนมีความต้องการ ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยเพิ่มรายได้เศรษฐกิจของชุมชน โดยเป็นรายได้ที่มาจากภาคการท่องเที่ยวและการเพิ่มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานในการสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจของชุมชน อย่างไรก็ดีพบว่า ยังไม่มีการจัดการด้านการการสร้างนักเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายการท่องเที่ยว และขาดการนำชมแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงได้มีการออกแบบรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายอย่างสมบูรณ์โดยให้มีกิจกรรมที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจของชุมชนตามแนวคิด BCG โดยมีเป้าหมาย คือ การปกป้องสิ่งแวดล้อม (Environment) การลดปัญหาโลกร้อน (Global Warming) ที่กำลังเป็นตัวบั่นทอนทรัพยากรโลก เน้นพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างทั่วถึงบนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. **วัตถุประสงค์**

2.1 เพื่อถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

2.2 เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการต่อกิจกรรมและการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

3. **ลักษณะโครงการ**

☑ โครงการใหม่ ☐ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการยั่งยืน

4. **ผู้ร่วมโครงการ**

4.1 ชื่อ.....สกุล.....ตำแหน่ง.....โทรศัพท์.....

4.2 ชื่อ.....สกุล.....ตำแหน่ง.....โทรศัพท์.....

5. **ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี**

☐ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง

☐ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

☐ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

☐ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

☑ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

☐ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

6. **ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)**

☑ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

☐ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู

☐ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา

☐ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

7. **การบูรณาการ**

☐ ไม่มี

☐ การจัดการเรียนการสอน

รหัสวิชา.....วิชา.....จำนวน นศ.....คน

☐ วิจัยหรืองานสร้างสรรค์

วิจัยหรืองานสร้างสรรค์ เรื่อง.....

ทุนวิจัย ประเภท.....งบประมาณ.....บาท

☐ การบริการวิชาการ

เรื่อง.....

งบประมาณ.....บาท

☐ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

○ การจัดการเรียนการสอน

รหัสวิชา.....วิชา.....จำนวน นศ.....คน

○ กิจกรรมนักศึกษา

รหัสวิชา.....วิชา.....จำนวน นศ.....คน

8. **กลุ่มเป้าหมายการดำเนินโครงการ**

ชาวบ้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง้ะ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 40 คน

9. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์

10. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567 ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

11. ตัวชี้วัด :

เชิงปริมาณ : ชาวบ้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ และบุคคลที่สนใจ จำนวน 40 คน

เชิงคุณภาพ : ชาวบ้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ และบุคคลที่สนใจได้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: โดยเน้นประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า ควบคู่กับการรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการให้มีนวัตกรรมและมีมูลค่าสูง

12. กิจกรรมและแผนการดำเนินงาน :

การดำเนินงาน	พ.ศ 2566			พ.ศ 2567								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.ศึกษาข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับพัฒนานวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG	√	√	√									
2. ศึกษาปัญหาและความต้องการ จากนั้นออกแบบเครื่องมือวิจัยและวางแผนการพัฒนานวัตกรรมต้นแบบ				√	√	√						
3. เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล						√	√					
4. ออกแบบคู่มือนวัตกรรมและทดสอบในแต่ละแผนงานที่ได้ศึกษาไว้โดยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน								√	√			
5. สร้างชุดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่อง และประเมินความเห็นโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงคู่มือบูรณาการ									√	√	√	
6. ถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรมสู่ชุมชน											√	

13. งบประมาณ

งบประมาณทั้งสิ้น 94,200 บาท (เก้าหมื่นสี่พันสองร้อยบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากโครงการการถ่ายทอดนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย ดังนี้

รายการ	หน่วย	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าใช้สอย		
ค่าตอบแทนวิทยากร	4 คน x 600 บาท x 7ชั่วโมง x 1วัน	16,800
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/ประชุม - ค่าอาหารกลางวันผู้เข้าอบรม - ค่าอาหารว่างผู้เข้าอบรม	 40 คน x 1 มื้อ x 80 บาท 40 คน x 2 มื้อ x 25 บาท	 3,200 2,000
2. ค่าหมวดวัสดุ		
- แผ่นอลูมิเนียม	10 แผ่น x 3,800 บาท	38,000
- ปากกาไวท์บอร์ด PENTEL สีดำ	44 ด้าม x 50 บาท	2,200
- กระดานขาว 90 x 150 ซม.	5 แผ่น x 1,850 บาท	9,250
- ขาตั้งกระดานอเนกประสงค์ 160 ซม.	5 ชุด x 550 บาท	2,750
- นวัตกรรมคู่มือนักเล่าเรื่องสื่อความหมาย	100 เล่ม x เล่มละ 200 บาท	20,000
รวม		94,200

13.หมายเหตุ : ขอถัวเฉลี่ยจ่ายทุกรายการ

14. การติดตามผลการดำเนินงานโครงการ

14.1 ประเมินผลการจัดโครงการ

☑ จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการร้อยละ 90

☑ บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

☐ ประเมินผลด้านอื่น ๆ โปรดระบุ .....

14.2 แผนการประเมินผลสำเร็จของโครงการ

☐ ประเมินผลความสำเร็จของการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับการเรียนการสอน และการวิจัยและนำผลการประเมินไปปรับปรุงการบูรณาการ

เดือน..... พ.ศ.....

- รายวิชา.....
- การวิจัย.....

☑ ประเมินผลกระทบที่เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อชุมชน/องค์กร ให้มีความเข้มแข็ง หลังเสร็จสิ้นโครงการ

เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2567

- ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
- วิธีการ จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

☐ ประเมินผลการพัฒนาตนเองโดยคงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนหรือองค์กร
เดือน..... พ.ศ.....
- เรื่อง.....

☐ ประเมินผลด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....
เดือน..... พ.ศ.....

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 สามารถถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: ให้กับผู้ที่สนใจได้ อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้งานได้จริงเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

15.2 ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมและการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

ลงชื่อ.....
(อาจารย์ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ)
ผู้เสนอและรับผิดชอบโครงการ
วันที่...../...../.....

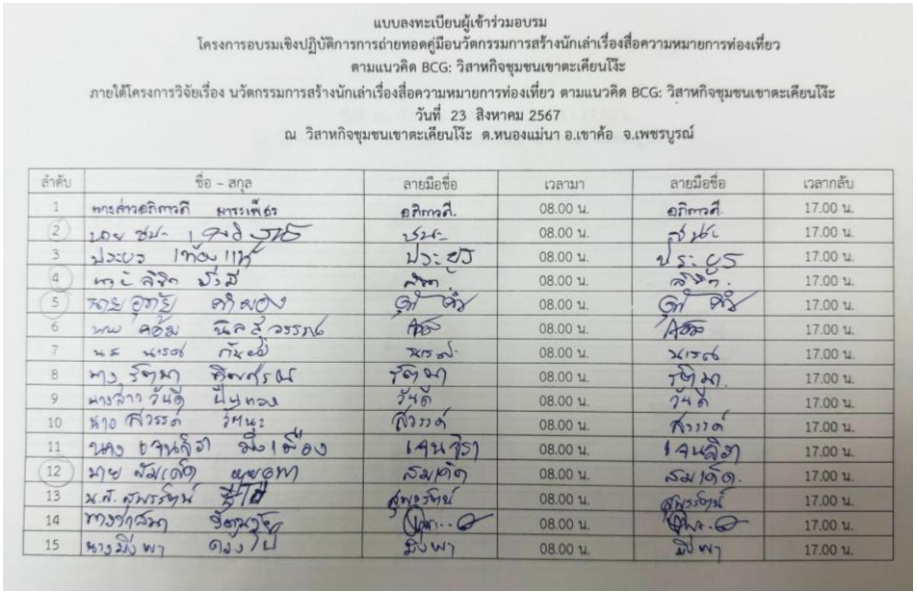
ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษติญา มูลศรี)
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
ผู้เห็นชอบโครงการ
วันที่...../...../.....

ลงชื่อ.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรม์ณชาติ วันแต่ง)
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
ผู้อนุมัติโครงการ
วันที่ 3 / ส.ค. / ๖๗

กำหนดการโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
วันที่ 23 สิงหาคม 2567 เวลา 08.00 – 17.00 น.
ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

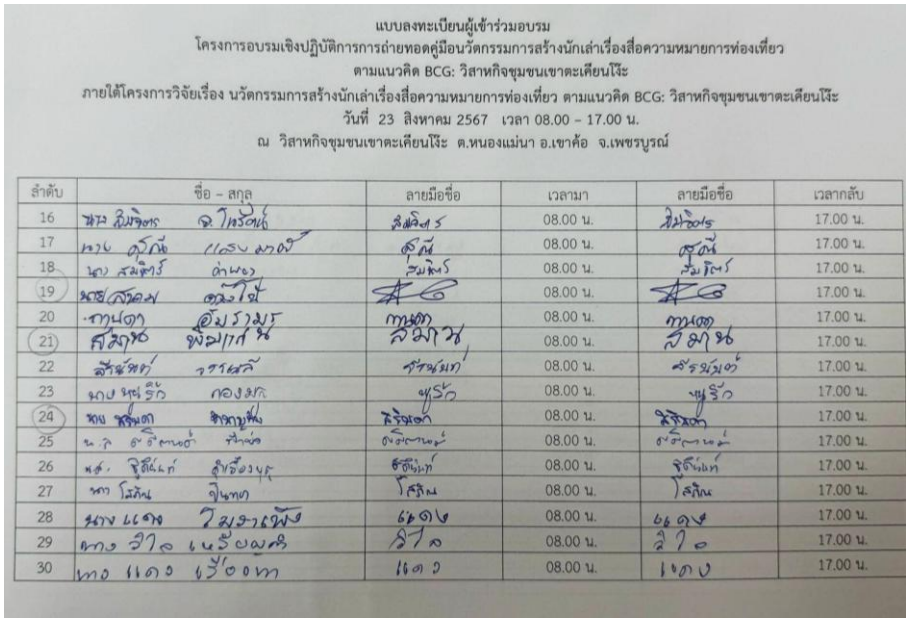
เวลา	กิจกรรม
08.00 – 08.30 น.	ลงทะเบียน
08.30-10.30 น.	แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว วิทยากรกลุ่มที่ 1 โดย อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา อาจารย์นงลักษ์ ยุทธศิลปเสวี วิทยากรกลุ่มที่ 2 โดย อาจารย์ภรวลัญช์ มาอยู่ อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติการ เรื่อง การออกแบบกิจกรรมเส้นทางการท่องเที่ยว “เส้นทางสีเขียวกับเขาตะเคียนโจ๊ะ” วิทยากรกลุ่มที่ 1 โดย อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา อาจารย์นงลักษ์ ยุทธศิลปเสวี วิทยากรกลุ่มที่ 2 โดย อาจารย์ภรวลัญช์ มาอยู่ อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ
12.15 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 15.00 น.	แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติการ เรื่อง “ผลิตภัณฑ์ชุมชนคนมัดย้อม” ตามแนวคิดBCG วิทยากรกลุ่มที่ 1 โดย อาจารย์นงลักษ์ ยุทธศิลปเสวี อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา วิทยากรกลุ่มที่ 2 โดย อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ อาจารย์ภรวลัญช์ มาอยู่
15.00 – 15.15 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.15 – 16.45 น.	แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติการ เรื่อง “ผลิตภัณฑ์ชุมชนคนมัดย้อม” ตามแนวคิดBCG (ต่อ) วิทยากรกลุ่มที่ 1 โดย อาจารย์นงลักษ์ ยุทธศิลปเสวี อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา วิทยากรกลุ่มที่ 2 โดย อาจารย์นาฏอนงค์ พวงสมบัติ อาจารย์ภรวลัญช์ มาอยู่
16.45 – 17.00 น.	สรุปผลการเรียนรู้นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



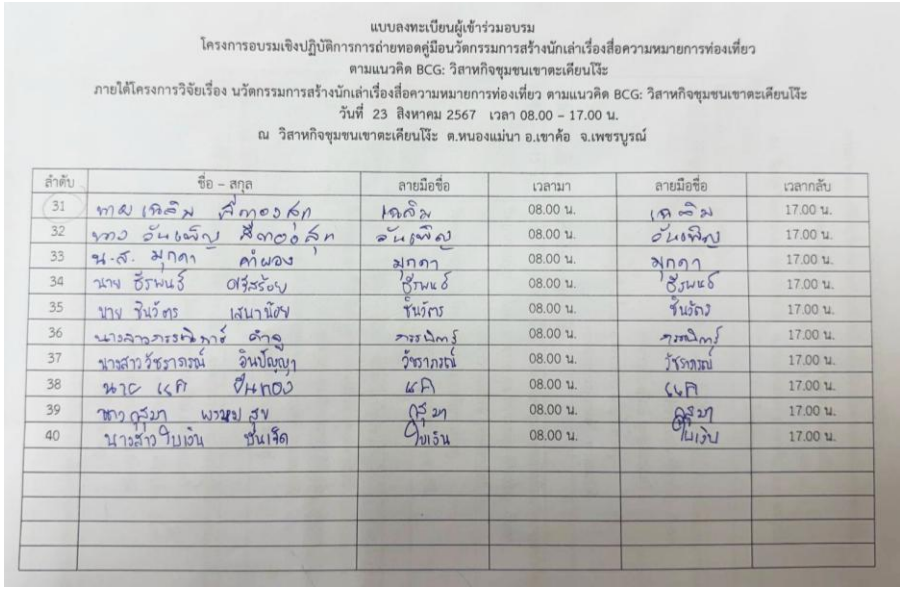
แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมอบรม
โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
วันที่ 23 สิงหาคม 2567
ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ลายมือชื่อ	เวลามา	ลายมือชื่อ	เวลากลับ
1			08.00 น.		17.00 น.
2			08.00 น.		17.00 น.
3			08.00 น.		17.00 น.
4			08.00 น.		17.00 น.
5			08.00 น.		17.00 น.
6			08.00 น.		17.00 น.
7			08.00 น.		17.00 น.
8			08.00 น.		17.00 น.
9			08.00 น.		17.00 น.
10			08.00 น.		17.00 น.
11			08.00 น.		17.00 น.
12			08.00 น.		17.00 น.
13			08.00 น.		17.00 น.
14			08.00 น.		17.00 น.
15			08.00 น.		17.00 น.



แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมอบรม
โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
วันที่ 23 สิงหาคม 2567 เวลา 08.00 – 17.00 น.
ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ลายมือชื่อ	เวลามา	ลายมือชื่อ	เวลากลับ
16			08.00 น.		17.00 น.
17			08.00 น.		17.00 น.
18			08.00 น.		17.00 น.
19			08.00 น.		17.00 น.
20			08.00 น.		17.00 น.
21			08.00 น.		17.00 น.
22			08.00 น.		17.00 น.
23			08.00 น.		17.00 น.
24			08.00 น.		17.00 น.
25			08.00 น.		17.00 น.
26			08.00 น.		17.00 น.
27			08.00 น.		17.00 น.
28			08.00 น.		17.00 น.
29			08.00 น.		17.00 น.
30			08.00 น.		17.00 น.



แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมอบรม
โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ
วันที่ 23 สิงหาคม 2567 เวลา 08.00 – 17.00 น.
ณ วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ลายมือชื่อ	เวลามา	ลายมือชื่อ	เวลากลับ
31			08.00 น.		17.00 น.
32			08.00 น.		17.00 น.
33			08.00 น.		17.00 น.
34			08.00 น.		17.00 น.
35			08.00 น.		17.00 น.
36			08.00 น.		17.00 น.
37			08.00 น.		17.00 น.
38			08.00 น.		17.00 น.
39			08.00 น.		17.00 น.
40			08.00 น.		17.00 น.

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง๊ะ

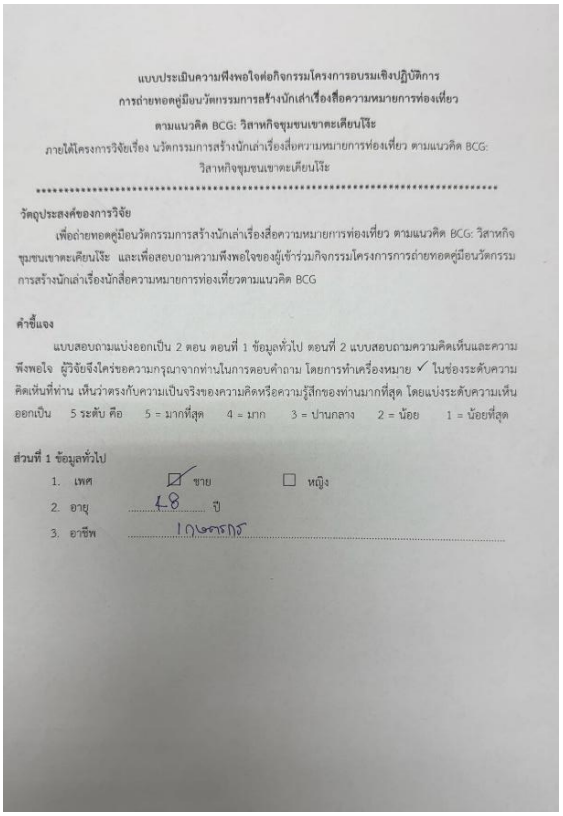
วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ประมวลภาพโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโ๊ะ

วันที่ 23 สิงหาคม 2567

ณ หอประชุมหมู่บ้านสนสวย ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์



แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

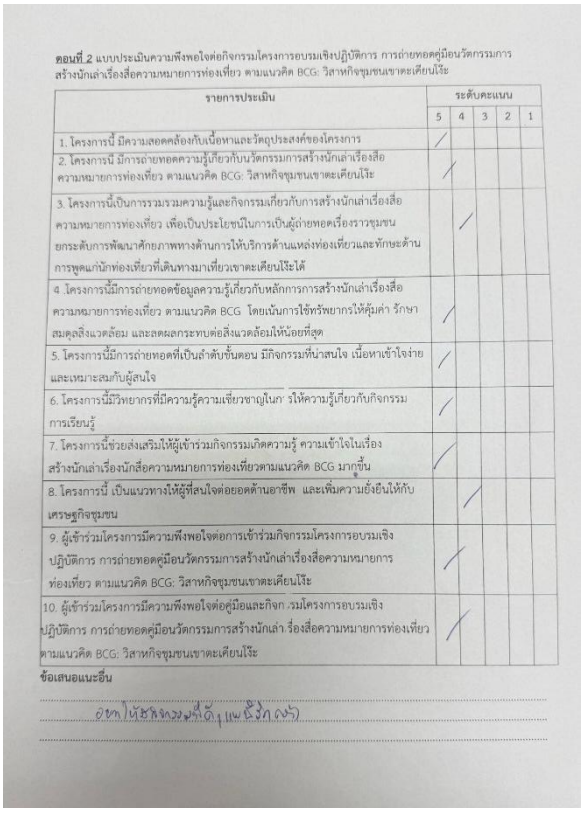
เพื่อถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ และเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถาม โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของความคิดหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☑ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ 48 ปี
3. อาชีพ เกษตรกร

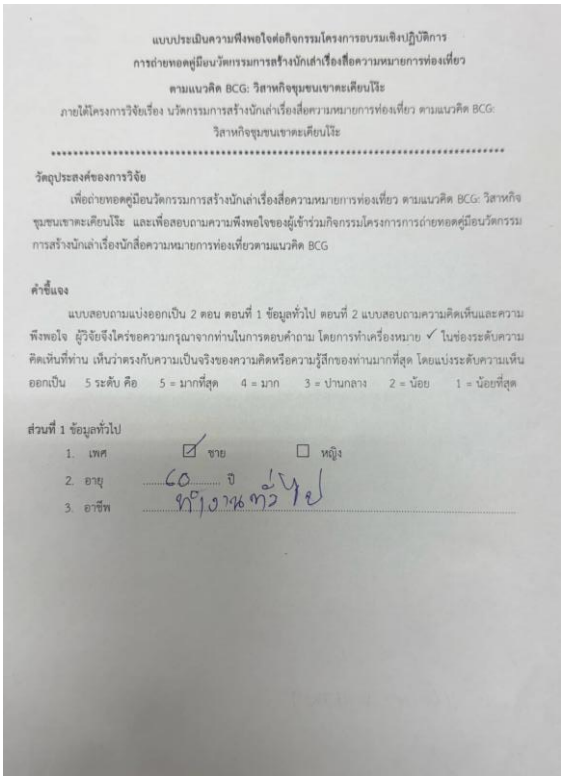


ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

รายการประเมิน	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
1. โครงการนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของโครงการ	/				
2. โครงการนี้ มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ		/			
3. โครงการนี้เป็นการรวมรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูดแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขาตะเคียนโอ้ะได้			/		
4. โครงการนี้มีการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับหลักการการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG โดยเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด		/			
5. โครงการนี้มีการถ่ายทอดที่เป็นลำดับขั้นตอน มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สนใจ		/			
6. โครงการนี้มีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในกา รให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้		/			
7. โครงการนี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG มากขึ้น		/			
8. โครงการนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดด้านอาชีพ และเพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชน			/		
9. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ		/			
10. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อคู่มือและกิจกา รมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่า รื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ		/			

ข้อเสนอแนะอื่น

อยากให้ชุมชนมีสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว)



แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว
ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

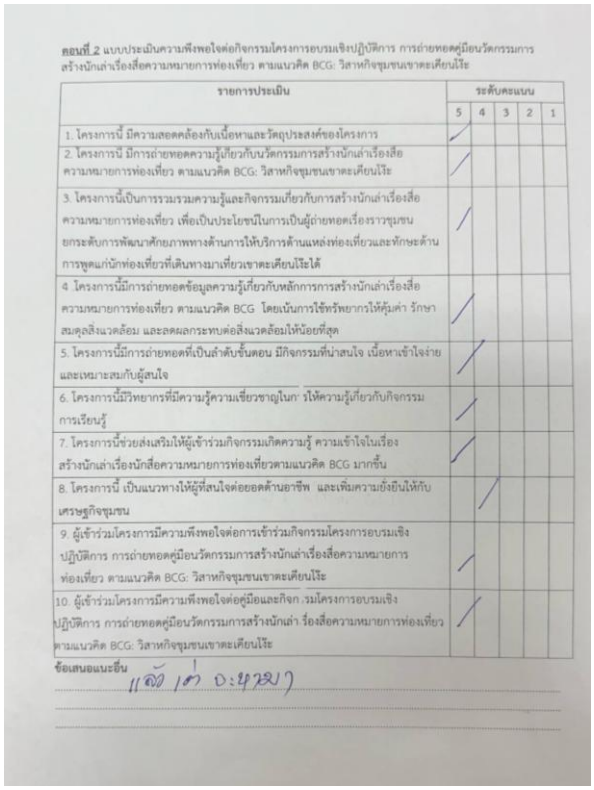
เพื่อถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ และเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการการถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถาม โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของความคิดหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☑ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ 60 ปี
3. อาชีพ ทำงานทั่วไป



ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ

รายการประเมิน	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
1. โครงการนี้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของโครงการ	/				
2. โครงการนี้ มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ	/				
3. โครงการนี้เป็นการรวมรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน ยกระดับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านการพูดแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขาตะเคียนโอ้ะได้	/				
4. โครงการนี้มีการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับหลักการการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG โดยเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า รักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด	/				
5. โครงการนี้มีการถ่ายทอดที่เป็นลำดับขั้นตอน มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้สนใจ	/				
6. โครงการนี้มีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในกา รให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้	/				
7. โครงการนี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสร้างนักเล่าเรื่องนักสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG มากขึ้น	/				
8. โครงการนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจต่อยอดด้านอาชีพ และเพิ่มความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชน		/			
9. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ	/				
10. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อคู่มือและกิจกา รมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การถ่ายทอดคู่มือนวัตกรรมการสร้างนักเล่า รื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG: วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโอ้ะ	/				

ข้อเสนอแนะอื่น

แหล่งท่องเที่ยว

ภาคผนวก จ

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

วจ. ๐๐๓-๑

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

๑. ชื่อโครงการวิจัย นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง้ะ
The Innovation for creating storytellers to communicate the Interpretation of tourism according to the concept of BCG: Khao Takhian Ngo Community Enterprise

๒. ชื่อนักวิจัย/นักประดิษฐ์ นางสาวฐิติกานต์ แก้ววิเศษ

๓. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

๔. ทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.) : งบประมาณด้าน ววน. ประเภท Fundamental Fund

๕. ปีที่งานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดำเนินการเสร็จ ๒๕๖๗

๖. ปีที่นำไปใช้ประโยชน์ ๒๕๖๘

๗. การนำไปใช้ประโยชน์
๗.๑ ชื่อหน่วยงาน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโง้ะ
๗.๒ ที่อยู่หน่วยงาน ตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

☐ ๑. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์และพัฒนาชุมชนในเชิงสาธารณะ (โปรดระบุรายละเอียด)

.....

.....

☐ ๒. การนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนาชุมชนในเชิงนโยบาย (โปรดระบุรายละเอียด)

.....

.....

☑ ๓. การนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนาชุมชนในเชิงพาณิชย์ (โปรดระบุรายละเอียด)

โครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างนักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว ตามแนวคิด BCG วิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ ได้นำคู่มือนวัตกรรม"นักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยว BCG" ฉบับสมบูรณ์ และโมเดล "เล่า รู้ รัก ร้อยเรื่อง" เป็นเครื่องมือส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นแนวทางการจัดโปรแกรม นักเล่าเรื่องสื่อความหมายการท่องเที่ยวเขาตะเคียนโจ๊ะ เพื่อนำไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวคิด BCG

☐ ๔. การนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนาชุมชนอื่นๆ (โปรดระบุรายละเอียด)

.....

.....

ผลลัพธ์/ผลกระทบการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์และพัฒนาเป็นอย่างไร

ผู้นำไปใช้ประโยชน์ได้รับทักษะและความสามารถในการเล่าเรื่องเกี่ยวกับ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตท้องถิ่น โดยใช้แนวคิด BCG และมีความสามารถในการเป็นนักเล่าเรื่องสื่อความหมายที่มีความรู้ และใช้เทคนิคที่ได้รับจากนวัตกรรมโมเดล "เล่า รู้ รัก ร้อย เรื่อง" นอกจากนี้ชุมชนยังได้ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวแบบมีเรื่องเล่า (Narrative-based Tourism) ด้วยตนเองที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต เช่น การย้อมผ้าสีธรรมชาติ การเล่าตำนานเขาตะเคียนโจ๊ะ เป็นต้น

.....

(นายอุทัย คำผอง)

ผู้นำไปใช้ประโยชน์

ตำแหน่ง ประธานวิสาหกิจชุมชนเขาตะเคียนโจ๊ะ

วันที่ให้ข้อมูล .....

หมายเหตุ

การใช้ประโยชน์ในเชิงสาธารณะ เช่น ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณะในเรื่องต่างๆ ที่ทำให้คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชนดีขึ้น ได้แก่ การใช้ประโยชน์ด้านสาธารณสุข ด้านการบริหารจัดการ สำหรับวิสาหกิจขนากกลางและขนาดย่อม (SME) ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตย ภาคประชาชน ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ด้านวิถีตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย เช่น ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยเชิงนโยบายในการนำไปประกอบเป็นข้อมูลการประกาศใช้กฎหมาย หรือกำหนดมาตรการกฎเกณฑ์ต่างๆ โดยองค์กร หรือหน่วยงานภาครับและเอกชน เป็นต้น

การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นต้น

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาวฐิติกานต์ แก้ววิเศษ

Miss Thitikarn Kaeowiset

2. หมายเลขบัตรประชาชน 1529900082226

3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ต.สะเดียง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000

โทรศัพท์ 056-717-145

E-mail : thitikarn.kae@pcru.ac.th

5. ประวัติการศึกษา ระดับปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระดับปริญญาตรี ศึกษาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

การสอนภาษาไทย

7. ผลงานทางวิชาการ

ปีที่ตีพิมพ์	ชื่อผลงานทางวิชาการ
2567	ปิยภรณ์ ชาวระนอง และฐิติกานต์ แก้ววิเศษ. (2567).การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้วิชาภาษาไทย เรื่องภาษาบาลีและสันสกฤตในภาษาไทย ด้วยวิธีการสอนโดยใช้เกมเป็นฐาน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวิทยานุกูลนารี, สู่การพัฒนานวัตกรรมเพื่อท้องถิ่นที่ยั่งยืน. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ และนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครุศาสตร์ครั้งที่ 6* (น.3071-3084)
	จามีกร ประทุมมาศ และฐิติกานต์ แก้ววิเศษ. (2567). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องคำภาษาต่างประเทศในภาษาไทยที่พบในอิศรญาณภาษิต โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบจิ๊กซอว์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ปีที่ตีพิมพ์	ชื่อผลงานทางวิชาการ
	โรงเรียนวิทยานุกูลนารี. *รายงานสืบเนื่องมาจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครุศาสตร์ศึกษาครั้งที่ 6* (น. 3057-3069)
2566	Thitikarn Kaeowiset.(2023). The Integration of Community-Based Technology Transfer using the KWL Plus Technique for the Acceleration of Sustainable Community Enterprises in Phetchabun Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*. Vol. 23 No. 1 January – April 2023 : Page 198-212. TCI 1, ACI
	Thitikarn Kaeowiset.(2023). Application of the MACRO Model Approach to the Interpretation Management of Creative Tourism in the form of Coffee in Khao Kho Sub-district Phetchabun Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*. Vol.24 No.2 May - August 2023 : Page 114-128 TCI 1, ACI
2565	ฐิติกานต์ แก้ววิเศษ. (2565). การพัฒนาแนวการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยแบบเชิงรุก โดยใช้วรรณคดีเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์. ปีที่ 17* ฉบับที่ 3, กันยายน – ธันวาคม. หน้า 67 – 80 .