

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี

The Development of Creative Tourism to Increase the Community Charm In Pathum Thani Province

เสาวรจรรย์ เสอเกลียว¹, ศรีปริญา ฐปกระจำ² และ เสวภาคย์ กระจำยุธ³

Saowarodchane Saokleaw¹, Sriparinya Toopgrajank² and Saowapark Krajangyooth³

^{1, 2, 3} หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1, 2, 3} Doctor of Philosophy Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat

Email: S62584917013@ssru.ac.th

Received March 20, 2022; Revised May 26, 2022; Accepted June 20, 2022

Abstract

The research aims to study 1) the level of creative tourism development in the community context, tourism network building, tourists' participation, and the management 2) the influence of the community context, tourism network building, tourists' participation, also the management affecting creative tourism development in Pathum Thani Province, and 3) guidelines for developing creative tourism to increase the community charm in Pathum Thani. This research was conducted by mix- methods research. The quantitative research were collected by using a 5-level estimation scale questionnaire with a sample of 300 people who are living in Pathum Thani. The samples were selected by stratified random. Data were analyzed with a structural equation model. And qualitative research in-depth interviews with 17 key informants. Data were analyzed using content together with quantitative research results. The results showed that 1) the average of all variables of creative tourism development was accepted at a high level 2) The tourism network building had the highest influence on creative tourism development in Pathum Thani 3) Guidelines for developing creative tourism to increase the community charm in Pathum Thani. Both government agencies and the private and public sectors work together to build a tourism network and manage and create an action plan to develop historic sites. Thai art and culture, cultural heritage, Thai food, community activities, and products jointly drive policies. The concrete action will lead to the development of Pathum Thani Province as a creative tourist destination.

Keywords: development; creative tourism; community charm

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ 2) อิทธิพลของบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 17 ราย วิเคราะห์เนื้อหาพร้อมทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในเรื่องระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งหมด อยู่ในระดับมาก 2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนควรร่วมมือกันสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว บริหารจัดการ ทำแผนปฏิบัติการพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรม อาหารไทย กิจกรรมและสินค้าของชุมชนและร่วมกันขับเคลื่อนนโยบาย ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมนำไปสู่การพัฒนา จังหวัดปทุมธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การพัฒนา; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; เสน่ห์วิถีชุมชน

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศ เช่น นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส แคนาดา เม็กซิโก และสเปน เป็นต้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Richards & Raymond, 2000) แต่สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงเป็นเรื่องใหม่ (Rittima, Thanapitak & Kiriratnikom, 2021) หลักยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้กำหนดไว้ว่าต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จัดสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ต่อยอดความเป็นไทยเพื่อสร้างเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์พัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ สร้างประโยชน์แก่ธุรกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ด้วยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ปกป้องจิตสำนึกเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น (Ministry of Tourism and Sports Thailand, 2021)

ธุรกิจบริการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคมหรือวัฒนธรรม โดยด้านเศรษฐกิจนั้นการท่องเที่ยวรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นจาก 10.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 38.3 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 ก่อให้เกิดรายได้ 2.0 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า คือ ปี พ.ศ. 2560 ขณะที่การท่องเที่ยวโดยคนไทยในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 226 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 1.1 ล้านล้านบาท ซึ่งรายได้ทั้งสองส่วนนี้กระจายสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อันเป็นการลดการว่างงาน ช่วยบรรเทาปัญหาความยากจน ซึ่งส่งผลต่อประเทศในด้านสังคม รวมถึงกระตุ้นให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตผลิตภัณฑ์พื้นเมือง สินค้าของที่ระลึกและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อันเป็นผลด้านการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรม (Kasikom Research Center, 2021)

จังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากมีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชาวไทย สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ จังหวัดปทุมธานีถือว่าเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญและการประกอบอาชีพในท้องถิ่น 2) ด้านสังคมมีวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น ชนบทชนนิยมประเพณี ชุมชนท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ศิลปะ และวัฒนธรรม สามารถดึงมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งแวดล้อม มีศาสนสถานและวัดวาอารามแสดงร่องรอยของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ระบบนิเวศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงเสน่ห์วิถีชุมชนจังหวัดปทุมธานีจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจังหวัดปทุมธานีจะมีความเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประเพณีวิถีชีวิตของชาวไทย แต่ด้วยข้อจำกัดในการยกให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับนานาชาติ เกษตรอุตสาหกรรมยั่งยืน สังคมน่าอยู่ ตลอดจนข้อจำกัดด้านต้นทุนทางทรัพยากร แหล่งโรงงาน อุตสาหกรรมที่สร้างมลพิษทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านการประชาสัมพันธ์ และความอ่อนไหวจากปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องมีมาตรการในการพัฒนาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวและการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพ ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจัง รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM2.5) ซึ่งค่าฝุ่นจะเกินค่ามาตรฐานส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน และการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี และการสร้างความหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างในเรื่องวัฒนธรรม ตลอดจนการฝึกฝนให้บุคลากรมีใจในการบริการ เป็นมิตรอ่อนโยน เน้นความอบอุ่นถ่อมตนเคารพผู้ใหญ่ เพื่อสร้างรูปแบบเสน่ห์วิถีชุมชนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวภายในจังหวัดปทุมธานี มากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี” เพื่อสร้างแนวทางใหม่ ๆ ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรของท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกี่ยวกับด้าน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกทางหนึ่งที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในยุทธศาสตร์แห่งชาติ อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายหลังการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด 2019 ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเกี่ยวกับ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี” ครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการศึกษาเชิงปริมาณเป็นหลักในการศึกษา ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ มุ่งศึกษาข้อมูลเชิงวิชาการ แนวคิด ทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี ในด้านบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ตลอดจนแนวคิดอื่น ๆ ที่จะทำให้อาณาของงานวิจัยสมบูรณ์

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ หรือ ตัวแปรต้น (independent variables) ซึ่งมีตัวแปรแฝง คือ

- 1) บริบทชุมชน ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ดังนี้
 - 1.1) ด้านทรัพยากร 1.2) ด้านภูมิปัญญา 1.3) ด้านวัฒนธรรมของวิถีชุมชน
- 2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ดังนี้
 - 2.1) ด้านภาครัฐ 2.2) ด้านภาคเอกชน 2.3) ด้านภาคประชาชน
- 3) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ดังนี้
 - 3.1) ด้านการเข้าร่วมกิจกรรม 3.2) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน 3.3) ด้านการสร้างการเรียนรู้
- 4) การบริหารจัดการ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ดังนี้
 - 4.1) ด้านการต่อยอด 4.2) ด้านการเพิ่มมูลค่า 4.3) ด้านการสร้างกระแสการท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม (dependent variables) ซึ่งมีตัวแปรแฝง (latent variables) คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต (observed variables) ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคม 3) ด้านสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,176,411 คน (BORA–The Bureau of Registration Administration, 2020)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Rule of thumb (Westland, 2010) คือ 5 – 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Ding, Velicer & Harlow, 1995) เนื่องจากขนาดตัวอย่างมีขนาดใหญ่ (Hair et al., 2010) โดยการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 15 ตัวแปรสังเกต เมื่อคำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคดังกล่าว จึงได้เท่ากับ 300 ตัวอย่าง (15 x 20)

เมื่อได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) ตามสัดส่วนของประชาชนที่อาศัยอยู่แต่ละอำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นหัวหน้าครัวเรือน/ผู้แทนหัวหน้าครัวเรือน 2) มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป 3) ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน จังหวัดปทุมธานี 5 ปีขึ้นไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) คือ ตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริหารองค์กรของรัฐที่มีบทบาทต่อการพัฒนาและการจัดการชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้นำกลุ่มอาชีพ ผู้นำชุมชนที่มีความรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี จำนวน 17 คน

ขอบเขตพื้นที่วิจัย จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2565

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการสร้างคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวโดยเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง และเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน เฉพาะโดยการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นที่อาศัยความสมดุล สำหรับหลักเกณฑ์กระบวนการและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ DASTA (2013) ได้อธิบายตามที่ยูเนสโก กำหนดไว้ดังนี้ 1. เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม 2. มีการจินตนาการและมีความจริงใจที่แสดงออก เป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ 3. มีองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 4. เกิดจากการฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม เป็นทรัพย์สินทางปัญญา

กระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมและเรียนรู้ประสบการณ์ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชนและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และ 2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับชุมชนใน ท้องถิ่นในขณะเดียวกันก็ได้รับความรู้ประสบการณ์ช่วยเพิ่มความชำนาญให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรมประเพณีความเชื่อสภาพสังคม 2. ประเภทศิลปะ เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม 3. ประเภทวิถีชีวิต เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต หรือการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง 4. ประเภทสื่อ เป็น

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสื่อสารกับ กลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และ 5. ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ ทำให้เกิดการรักษาความสมดุลของเศรษฐกิจ (การประกอบอาชีพในท้องถิ่น ศิลปหัตถกรรม) ด้านสังคม (วัฒนธรรมท้องถิ่น/ชุมชนท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์ ศิลปะและวัฒนธรรม) และด้านสิ่งแวดล้อม (ระบบนิเวศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น) โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมทำและสร้างกระบวนการกลุ่มในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งในการให้ความสนใจในวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนในมิติที่มีความลึกมากขึ้น โดยจะสามารถเข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้น ผ่านการสัมผัสด้วยประสบการณ์ตรง จนเกิดเป็น การเรียนรู้ในการท่องเที่ยวแบบมีชีวิต และนำไปสู่ความหลากหลายในการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจจะทำให้ นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านเกิดความผูกพันระหว่างกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมมากขึ้น นักท่องเที่ยว มีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นความจริงแท้ทั้งใน กระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง ทำให้มีความจดจำประทับใจ

บริบทชุมชน หมายถึง สภาพการณ์หรือสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกชุมชนเป็นความสัมพันธ์ ระหว่างสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เชิงวิทยาศาสตร์ คือ ความเป็นเหตุเป็นผล เป็นระบบ ตลอดจนความเชื่อของชุมชน ประกอบด้วย 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) ด้านทรัพยากร หมายถึง สิ่งทั้งปวงอันเป็นทรัพย์ มีประโยชน์หรือมีคุณค่าของจังหวัดปทุมธานี เช่น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่โดดเด่น แหล่งวัฒนธรรมและอาหารของ ชาวมอญวิถีชุมชนบนสายน้ำแห่งชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี โบราณ-สถาน และเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเสมือนสินค้าทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นธรรมชาติอยู่ก่อนแล้ว หรือมีการปรับปรุงพัฒนาขึ้นใหม่ในแหล่งท่องเที่ยว (2) ด้านภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของการ ดำรงชีวิตที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรง แบบแผนการดำรงชีวิตที่ถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน โดย ถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีดั้งเดิมและได้กลายเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นทุนแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานีที่โดดเด่น และ (3) ด้านวัฒนธรรมของวิถีชุมชน หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความรู้ ระเบียบกฎเกณฑ์ กติกา ธรรมเนียมประเพณี พิธีการ แบบแผนความประพฤติ และการปฏิบัติซึ่ง ชุมชนการสร้างสะสมและสืบทอด ได้แก่ ภาษามอญ พิธีกรรมต่าง ๆ

การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน โดยมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และความต้องการบางอย่างร่วมกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กัน ในการกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม (Timur, 2012) การสร้างเครือข่ายนั้น ต้องมีความสัมพันธ์กันในองค์ประกอบของความสัมพันธ์ที่เป็นโครงสร้าง และไม่เป็นโครงสร้าง อาศัยการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม ทั้งองค์กรภาครัฐ หมายถึง กรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็น ส่วนราชการระดับกรมสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีภารกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในการพัฒนามาตรฐาน การบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้อยู่ ในระดับมาตรฐาน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ภาคเอกชน หมายถึง หน่วยงานภาค ธุรกิจภาคอุตสาหกรรม ซึ่งไม่ใช่ส่วนของภาครัฐเต็มช่องว่างที่รัฐบาลไม่สามารถทำได้ หรือไม่สามารถสนองความ

ต้องการได้ และภาคประชาชน หมายถึง คนในชุมชนเป็นเครือข่ายที่มีลักษณะการทำงานพึ่งพาอาศัยกัน มีการบูรณาการภาคีความร่วมมือในการสร้างพลังชุมชน มีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกกระบวนการ ซึ่งภาครัฐจะสนับสนุนให้คนในชุมชนมีบทบาทหลักในการแก้ไขปัญหาโดยมีภาคเอกชนจะส่งเสริมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริหารจัดการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม พื้นที่ท่องเที่ยวหรือสำนักกรักบ้านเกิด โดยมีเป้าหมายเพื่อการยกระดับและการปรับปรุงการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้คนที่มาเที่ยว ตลอดจนผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ทั้งนี้ Baggio (2008) ยังได้เสนอแนวคิดเพิ่มเติมอีกว่า การสื่อสารทางด้าน Social Network ก็เป็นหนึ่งในการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย Zhang, Song & Huang (2009) อธิบายว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นเครือข่ายของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยวในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยที่ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน (Banchongkarn, Sithindah & Puangsuk, 2012) ผ่านการลงมือหรือเข้าร่วมกิจกรรม Dickman (1996) นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญาหรือแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งประวัติศาสตร์ความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน หมายถึง ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวโดยมีความสุข ผูกพันกับเจ้าบ้านที่ต้อนรับอย่างมีอัธยาศัยและ มีมิตรไมตรี ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือดูแลทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร และการสร้างการเรียนรู้ หมายถึง การเพิ่มทักษะของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ ผู้เป็นเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม รักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปโดยผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวต้องกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคมในแหล่งท่องเที่ยว (Thaveeseng, 2012) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในชุมชนทางการท่องเที่ยวไว้ว่า การสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยที่ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสมภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อีกทั้งมีเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่มีความเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม สำหรับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยหลักการในการจัดการโดยทั่วไปเช่นกัน ซึ่งหลักการจัดการโดยทั่วไป หมายถึง การทำให้งานสำเร็จโดยอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำซึ่งสามารถพิจารณารายละเอียดได้ ดังนี้ (Suwannapa & Attawong, 2016)

1. ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ การจัดการปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ คน เครื่องจักร เงินทุน และวัสดุสิ่งของ
 2. ปัจจัยด้านการตลาด ลูกค้านักท่องเที่ยวที่ธุรกิจมุ่งที่จะเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นสินค้าและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจึงต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
 3. ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน การกำหนดระบบงาน ระเบียบ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติงานในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องกำหนดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถกำหนดตัวบุคลากรและเลือกเครื่องมือในการจัดการได้อย่างเหมาะสมซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุน ได้ผลงานตรงตามวัตถุประสงค์และมีมาตรฐานที่ดี
 4. ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง การจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยินดีที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานจึงเป็นศิลปะของหัวหน้างานในการใช้ความสามารถของการเป็นผู้นำทำการจูงใจและส่งเสริมขวัญกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติงานได้ดีที่สุด คำนึงถึงการประสานประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
 5. วิธีการจัดการ กระบวนการหรือมาตรการในการจัดการกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป
- สรุปได้ว่า ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Suvarnakuta, Benchatikul & Jaroenroop (2018) เกี่ยวกับรูปแบบการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ศึกษากรณีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง และ จันทบุรี โดยการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากบุคคล สถานที่ และเวลาที่แตกต่างกัน ควบคู่กับการวิเคราะห์บริบทชุมชน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทักษะและประสบการณ์เรียนรู้ของชุมชน ตัวแบบการขับเคลื่อนการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,176,411 คน (BORA–The Bureau of Registration Administration, 2020)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Rule of thumb (Westland, 2010) คือ 5 – 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Ding, Velicer & Harlow, 1995) เนื่องจากขนาดตัวอย่างมีขนาดใหญ่ (Hair et al., 2010) โดยการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 15 ตัวแปรสังเกต เมื่อคำนวณขนาดตัวอย่างตาม เทคนิคดังกล่าว จึงได้เท่ากับ 300 ตัวอย่าง (15 x 20)

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) ตามสัดส่วนของประชาชนที่อาศัยอยู่แต่ละอำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นหัวหน้าครัวเรือน/ ผู้แทนหัวหน้าครัวเรือน 2) มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป 3) ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน จังหวัดปทุมธานี 5 ปีขึ้นไป ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n = 300)

อำเภอ	จำนวนประชากร	สัดส่วนประชากร (ร้อยละ)	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
เมืองปทุมธานี	211,230	18	54
คลองหลวง	288,751	24	72
หนองเสือ	54,708	5	15
ลาดหลุมแก้ว	69,300	6	18
ลำลูกกา	284,419	24	72
สามโคก	55,822	5	15
ธัญบุรี	212,181	18	54
รวม	1,176,411	100.00	300

ที่มา: The Bureau of Registration Administration (2020)

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอำเภอ จังหวัดปทุมธานี เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้อ้างไว้ข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและยินยอมจากผู้เข้าร่วมวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวิจัย มีความถูกต้องและครบถ้วนมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการเลือกตอบแบบตรวจรายการ (checklist) และเลือกตอบแบบตรวจรายการตามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะข้อคำถามแบบสำรวจสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่

- ประเด็นที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ประเด็นที่ 2 บริบทชุมชน
- ประเด็นที่ 3 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ประเด็นที่ 4 การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว
- ประเด็นที่ 5 การบริหารจัดการ

โดยในส่วนที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องแสดงความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีลักษณะแบบเลือกตอบข้อความตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) หรือมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งใช้เกณฑ์ 5 ระดับแทน 5 ความหมาย (Likert, 1932) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด/ รู้สึกเช่นนั้นเสมอ/ รู้สึกพอใจมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มาก/ รู้สึกเช่นนั้นบ่อย/ รู้สึกพอใจดี |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง/ รู้สึกเช่นนั้นบางครั้ง/ รู้สึกเฉยๆ |
| 2 | หมายถึง | น้อย/ รู้สึกเช่นนั้นนานครั้ง/ รู้สึกไม่พอใจ |
| 1 | หมายถึง | น้อยที่สุด/ ไม่รู้สึกเช่นนั้นเลย/ รู้สึกไม่พอใจมาก |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดให้มีการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของมาตราวัด

2.1 ความเที่ยงตรง แบ่งออกเป็น ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เป็นการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน ของเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยหรือไม่ ส่วนความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) เป็นการตรวจสอบรายละเอียดต่าง ๆ ของแบบสอบถาม ว่าตรงตามทฤษฎีมากน้อยเพียงใด เพื่อเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและสิ่งที่วัดได้จริงจากการปฏิบัติ ถ้าวัดได้ครบถ้วนถือว่ามีความถูกต้องตามโครงสร้าง โดยการร่างแบบสอบถามที่ได้มาจากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำเนื้อหาไปขอรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำมาปรับแก้ เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พิจารณาความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ โดยกำหนดหลักเกณฑ์หาค่าความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา จุดมุ่งหมาย และน้ำหนัก ตามหลักเกณฑ์ของ Rovinelli & Hambleton (1976) ถ้าผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าข้อคำถามใดสอดคล้อง ให้กำหนดคะแนน +1 คะแนน และถ้าไม่แน่ใจ ให้กำหนดคะแนน 0 คะแนน และข้อคำถามใดไม่สอดคล้อง ให้กำหนดคะแนน -1 คะแนน แล้วจึงนำไปคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (index of item objective congruence: IOC) ถ้าข้อคำถามใดมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า คำถามข้อนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ผลการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาพบว่า ข้อคำถามทั้งหมด 75 ข้อ มีข้อคำถามที่ได้คะแนน +1 จำนวน 47 ข้อ ข้อคำถามที่ได้คะแนน 0.8 จำนวน 22 ข้อ และข้อคำถามที่ได้คะแนน 0.6 จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ทั้งหมด ดังนั้น แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ จึงถือได้ว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2.2 ความเชื่อถือได้ของมาตราวัด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่วัดค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง แล้วนำไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย โดยวิธีการสอบถามต่อหน้า (face to face) เพื่อสามารถตอบข้อสงสัย อธิบายและแก้ไขให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เข้าใจของคำตอบแบบสอบถาม และสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะวัด จากนั้นนำผลที่ได้มาทำการทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยมีเกณฑ์กำหนดว่า ถ้ามาตราวัดใดมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่ามาตราวัดนั้นมีความเชื่อถือได้ ซึ่งผลการทดสอบพบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.989 และมาตราวัดตัวแปรต่าง ๆ มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่ามาตราวัดทุกมาตราวัดมีความเชื่อถือได้ เมื่อได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

และความเชื่อถือได้ของมาตรวัดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บข้อมูล จากประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี โดยคัดกรองคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นหัวหน้าครัวเรือน/ผู้แทนหัวหน้าครัวเรือน 2) มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป และ 3) ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน จังหวัดปทุมธานี 5 ปีขึ้นไป จำนวน 300 ตัวอย่าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและยินยอมจากผู้เข้าร่วมวิจัยก่อน จึงได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและรายละเอียดในแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจ จึงมอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ แล้วเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนเมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 20 มกราคม 2565

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 อธิบายระดับของตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.80 ทำให้ได้เกณฑ์การแปลความหมายตามแบบของ (Gliem & Gliem, 2003) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21–5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41–4.20	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61–3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81–2.60	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00–1.80	น้อยที่สุด

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อหาอิทธิพลของบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อ 2

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) คือ ผู้บริหารองค์กรของรัฐที่มีบทบาทต่อการพัฒนาและการจัดการชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้นำกลุ่มอาชีพ ผู้นำชุมชนที่มีความรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี โดยคัดเลือกแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 17 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ในลักษณะเดียวกันกับแบบสอบถามของการวิจัยเชิงปริมาณ คือสร้างคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่เปิดกว้างทางด้านคำตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลในลักษณะเชิงลึก และได้รายละเอียดมากกว่าแบบสอบถาม โดยคำถามหลักประกอบไปด้วย ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี

หลังจากนั้น นำแบบสัมภาษณ์ไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งตรวจสอบกับแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ทั้งในเชิงเนื้อหาและเชิงโครงสร้าง ความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหา และการใช้ภาษา เมื่อได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำเสร็จแล้ว จึงนำแบบสัมภาษณ์ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยติดต่อขอพบผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยและประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย ทำการสัมภาษณ์และบันทึกเสียงตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้สร้างไว้ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญระหว่างวันที่ 10 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2565

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ข้อมูลเชิงลึกมาถอดเสียงและบันทึกเป็นข้อความจำแนกเป็นประเด็น วิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis technique) ประกอบบริบท (Context) พร้อมสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอเป็นการเขียนแบบความเรียงสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาใช้ในการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ อยู่ในเกณฑ์การยอมรับระดับมาก แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.60	0.521	มาก
บริบทชุมชน	3.59	0.551	มาก
การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว	3.57	0.606	มาก
การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว	3.60	0.577	มาก
การบริหารจัดการ	3.54	0.644	มาก

2. อิทธิพลของบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม ของตัวแปรแฝงจากค่า BETA และ GAMMA และแสดงค่าของตัวแปรประจักษ์ จากค่า Lambda Y, Lambda X และค่าความคลาดเคลื่อน (Error)

ตัวแปรแฝง	CMT			NWT			PTO			MNG		
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
PTO	0.19** (0.05)	–	0.19** (0.05)	0.65** (0.06)	–	0.65** (0.06)	–	–	–	–	–	–
MNG	0.28** (0.05)	0.12** (0.04)	0.16** (0.04)	0.84** (0.06)	0.41** (0.05)	0.43** (0.06)	0.63** (0.07)	–	0.63** (0.07)	–	–	–
CTR	0.24** (0.06)	0.13* (0.06)	0.11* (0.05)	0.97** (0.07)	0.75** (0.10)	0.22** (0.08)	0.96** (0.11)	0.18* (0.09)	0.78** (0.16)	0.29* (0.15)	–	0.29* (0.15)
ค่าสถิติ	Chi-Square= 66.48, df= 51, GFI = 0.97, AGFI = 0.93, RMSEA = 0.032											

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .01 *p < .05

TE = ผลรวมอิทธิพล IE = อิทธิพลทางอ้อม DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เรียงลำดับดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (NWT) = 0.97 2) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว (PTO) = 0.96 3) การบริหารจัดการ (MNG) = 0.29 และ 4) บริบทชุมชน (CMT) = 0.24

บริบทชุมชน (CMT) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางตรง = 0.11, ทางอ้อม = 0.13 และอิทธิพลรวม = 0.24

การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (NWT) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางตรง = 0.22, ทางอ้อม = 0.75 และอิทธิพลรวม = 0.97

การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว (PTO) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางตรง = 0.78, ทางอ้อม = 0.18 และอิทธิพลรวม = 0.96

ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การบริหารจัดการ (MNG) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางตรง = 0.29, ทางอ้อม ไม่มี และอิทธิพลรวม = 0.29

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน นำนโยบายการท่องเที่ยวร่วมกันวางระบบการจัดการ แบ่งบทบาทหน้าที่ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนพัฒนาต่อยอดแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรม อาหารไทย กิจกรรมและสินค้าของชุมชน จังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และขับเคลื่อนนโยบายร่วมกันปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านบริบทชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ จังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Richards, 2009) เป็นทางเลือกของการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไปในอนาคต (Teeranon & Sophonjaraskul, 2016) ในขณะเดียวกันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับการสนับสนุน โดย UNESCO (2006) ซึ่งส่งเสริมความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนผ่านประสบการณ์ ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์ ได้ความรู้ ได้คุณค่า พร้อมได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว และการนำมรดกทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้เป็นต้นแบบการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Suvarnakuta, Benchatikul & Jaroenroop, 2018) การพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ คือ การสร้างเครือข่าย การใช้ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากฐานอัตลักษณ์ของชุมชน สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการบริหารจัดการ การพัฒนาบุคลากร องค์ความรู้ของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Lamviriyawat, 2018; Zhou, Li-Yu & Chou, 2021; Li et al., 2020) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewsanga & Chamnongsri (2012) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย โดยปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phiriyasuvat et al. (2018) พบว่า ศักยภาพการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว มีอิทธิพลในการกำหนดความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมอันเป็นแบบวิถีชีวิต คุณค่าเชิงวัฒนธรรม คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้มีเอกลักษณ์ระดับภูมิภาค สืบเนื่องจาก ประเพณี วัฒนธรรมมีความผูกพันต่อท้องถิ่น และมีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง เกิดความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การเข้าร่วมกิจกรรม การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน และการสร้างการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดปทุมธานีในลำดับที่สอง โดยมีอิทธิพลในทางตรงและทางอ้อม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจถึงรากเหง้าของชุมชนอย่างลึกซึ้งซึ่งเน้นความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน เช่น การทดลองใช้ชีวิตในวิถีชุมชนชาวไทยเชื้อสายมอญ การมีส่วนร่วมในพิธีกรรมเก่าแก่ หรือประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน เสมือนเป็นการเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Thaveeseng (2012) ว่าการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในชุมชนเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยที่ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการซึ่งประกอบด้วย การต่อยอด การเพิ่มมูลค่า การสร้างกระแสการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดปทุมธานีในลำดับที่สาม โดยมีอิทธิพลทางตรง ไม่มีอิทธิพลทางอ้อม เป็นผลต่อเนื่องมาจากการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม

ภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ การออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนในการกระจายช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จัดเป็นสินค้า OTOP ที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดปทุมธานี และการกำหนดราคามาตรฐาน รวมถึงการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูด เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ภาครัฐกับภาคประชาชนร่วมกันตั้งศูนย์การเรียนรู้การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ถือเป็นการต่อยอดการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ อีกทั้งยังส่งเสริมความสามัคคีและความร่วมมือกันของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaibin, Aiyakorn & Romyen (2020) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในเขตอำเภอนาทม จังหวัดนครพนม พบว่า องค์กร ภาครัฐควรเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมาก และสร้างความตระหนักรู้ในการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามความสามารถ สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านนิทรรศการวัฒนธรรมและกิจกรรมท้องถิ่น จากงานวิจัยพบว่าการบริหารจัดการในด้านของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์จังหวัดของภาครัฐและชุมชนส่งผลต่อการท่องเที่ยวในเชิงของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

บริบทชุมชน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และโดยรวมน้อยที่สุด แต่อย่างไรก็ตามยังเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจาก จังหวัดปทุมธานีเป็นวิถีชุมชนบนสายน้ำ วิถีชีวิตชาวไทยเชื้อสายมอญ และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ รวมถึงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ถือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการสร้างความเข้าใจการบริหารจัดการร่วมกันของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจกันไปใน การรักษา พัฒนา ดูแล ประชาสัมพันธ์สถานที่ วัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ เหล่านี้ให้ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chinachot & Chantuk (2016) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่ารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้างหรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่า การใช้ทรัพยากรทางด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนโดยความร่วมมือกันของทุกฝ่ายจะเป็นการสร้างรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อีกด้วย โดยอาศัยการเชื่อมโยงสถานที่ วิถีชีวิต และบริการต่าง ๆ ให้เป็นกลุ่มเดียวกัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี วิเคราะห์และสังเคราะห์จาก ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องและสนับสนุนกัน เป็น 2 แนวทาง ดังนี้

1. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี โดยความร่วมมือทั้งทางด้าน ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน การวิจัยเชิงปริมาณพบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม และเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี และจากการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี คือ การกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน และการร่วมมือกัน อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กัน ในการกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phiriyasuvat et al. (2018) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สื่อออนไลน์ เป็นเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าถึงนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงข้อมูลรวมถึงการทำธุรกรรมแบบออนไลน์ เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจองตั๋วเครื่องบิน

จองตั๋วรถโดยสาร การจองที่พัก บริการรถเช่า โดยสามารถชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ได้ทันที มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสื่อทางทีวี และภาพยนตร์ ที่ช่วยประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี การวิจัยเชิงปริมาณพบว่า การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลในทางตรง และโดยรวมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี พบว่าการมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยวในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยที่ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thaveeseng (2012) พบว่าการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในชุมชนเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยที่ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

สรุป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในการกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรร่วมกันวางแผนจัดการและพัฒนา และกำหนดเป็นนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งบทบาทหน้าที่ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนพัฒนาต่อยอดแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรม อาหารไทย กิจกรรมและสินค้าของชุมชน จังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และขับเคลื่อนนโยบายร่วมกันปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และยังสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์แห่งชาติ ทั้งยังเป็นแนวทางสนับสนุนให้ขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากจังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นตามหลักยุทธศาสตร์ เป็นพื้นที่ที่ควรให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณศึกษาวิจัยเพื่อต่อยอดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ร่วมกำหนดมาตรการ วางระบบการบริหารจัดการ แบ่งบทบาทหน้าที่ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างกัน นำนโยบายการท่องเที่ยวไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ภาครัฐ ถือว่าเป็นส่วน

สำคัญในการขับเคลื่อนให้การดำเนินการเป็นไปอย่างเป็นระบบ ควรส่งเสริมและสนับสนุน กระตุ้นให้ภาคเอกชนและภาคประชาชน ร่วมมือกันในการดำเนินการเพื่อให้เป้าหมายที่วางไว้ประสบผลสำเร็จ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน และภาคประชาชน วางแผนในการดำเนินงานให้ชัดเจน ร่วมมือกันผลักดันและให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาคประชาชนมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก ควรสร้างความเข้าใจกับคนในชุมชน เผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้คนในชุมชนและประชาชนทั่วไปได้รับทราบ เกิดความเข้าใจและให้ความร่วมมือ เพื่อให้เกิดเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายที่มีการปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ได้ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ บทบาทในการดำเนินงานของเครือข่ายการท่องเที่ยวของงานภาครัฐ ภาคเอกชนภาคประชาชน ตลอดจนศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกแต่ละเครือข่าย ว่าสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของเครือข่ายเครือข่ายการท่องเที่ยว และสามารถนำปรับปรุงการทำงานต่อไป

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด จังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นตามหลักยุทธศาสตร์ เป็นพื้นที่ที่ควรให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ ศึกษาริวิจัยเพื่อต่อยอดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรดำเนินการร่วมกันกำหนดมาตรการ วางระบบการบริหารจัดการ แบ่งบทบาทหน้าที่ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างกัน และนำนโยบายการท่องเที่ยวไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พัฒนาต่อยอดแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรม อาหารไทย กิจกรรมและสินค้าของชุมชน จังหวัดปทุมธานี

ทั้งยังเป็นแนวทางสนับสนุนให้ขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

References

- Baggio, R. (2008). Symptoms of complexity in a tourism system. *Tourism Analysis*, 13(1), 1–20.
- Banchongkarn, B., Sitchindah, P., & Puangsuk, P. (2012). *Effects on people in the coastal area of Chanthaburi Province From the construction of Chalem Burapha Chonlathit Road*. Rambhai Barni Rajabhat University.
- BORA–The Bureau of Registration Administration, (2020). *Population Statistical Data Structure*.
https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php
- Chaibin, K., Aiyakorn, S., & Romyen, L. (2020) (2020). Factors affecting public participation in promoting Nawatwithi OTOP tourism community in Na Thom district, Nakhon Phanom Province. *Journal of Graduate School*, 17(79), 158–170. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/242697/166829>
- Chinachot, P., & Chantuk, T. (2016). Model of creative tourism management in Suan Phueng. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 250–268. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/52759/43803>
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing (5th ed)*. Harper Collins.
- DASTA–Special Area Development Administration Organization for Sustainable Tourism. (2013). *Assessment Report according to the performance testimonials of Special Area Development Administration for Sustainable Tourism DASTA*. <https://www.dasta.or.th/th>
- Dickman, C.R. (1996). *Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna*. Australian Nature Conservation Agency.
- Ding, L., Velicer, W.F., & Harlow, L.L. (1995). Effects of Estimation Methods, Number of Indicators per Factor, and Improper Solutions on Structural Equation Modeling Fit Indices. *Structural Equation Modeling*, 2(2), 119–144.
- Gliem, J.A., & Gliem, R.R. (2003) Calculating, Interpreting, and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. In *2003 Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education, Columbus*, 82–88.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E., (2010). *Multivariate data analysis: A global perspectives*. Pearson.

- Kaewsanga, P., & Chamnongsri, N. (2012). Creative tourism: a new alternative for Thai tourism. *Suranaree Journal of Social Science*, 6(1), 91–109. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sjss/article/view/23437/19969>
- Kasikorn Research Center. (2021). *SME Tourism Business*. Kasikorn Research Center. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business?c=362>
- Lamviriyawat, P. (2018). Strategy Development for Community Elevation to Creative Tourism of Ban Phu Nam Ron, Dan Chang District, Suphan Buri Province. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 433–451.
- Li, P., Wang, F., Zheng, X., & Huang, J. (2020). Influencing factors and mechanism of urban community tourism development: A case study of Beijing. *Sustainability*, 12, 2806.
- Likert, R. (1932). A Technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Ministry of Tourism and Sports Thailand. (2021). *20-Year Tourism Vision. National Tourism Development Plan No. 2*. https://secretary.mots.go.th/policy/more_news.php?cid=25
- Phiriyasuvat, J., Phraratprichamuni., Phratanakorn Santamano., & Wanna, A. (2018). The Building of Cultural Tourism Networks between Chiang Khan District, Loei Province, Thailand and Luang Prabang City, Lao PDR. *Journal of MCU Ubon Review*, 5(1), 158–169. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/240215/164245>
- Richards, G. (2009) Creative tourism and local development. In: Wurzbürger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) *Creative Tourism: A global conversation*. Santa Fe: Sunstone. Pp.78–90.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23(1), 16–20. https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_Richards_and_Raymond_2000
- Rittima, W., Thanapitak, W., & Kiriratnikom, A. (2021). Sustainable of arable land management in conservation forest at Banthat Range Phatthalung Province Area. *NRRU Community Research Journal*, 15(1), 29–41. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/244120/169219>
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1976). On the use of content Specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. In *Laboratory of psychometric and Evaluative research report No. 24*. Amherst, Mass: The University of Massachusetts. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>
-

- Suvarnakuta, K., Benchatikul, K., & Jaroenroop, N. (2018). *The Mobilization Styles of Creativity Tourism Management: Case Study of Agro-tourism Management in Rayong and Chanthaburi Province*. Rambhai Barni Rajabhat University.
- Suwannapa, C., & Atthawong, A. (2016). Lilit Pra lor: Enhancing Learning and Social Ethics. *Nakhon Phanom University Journal*, 6(1), 52–60. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/53354/44289>
- Teeranon, S., & Sophonjaraskul, P. (2016). Creative Tourism: The Alternative – the Salvation of Thailand Tourism. *Pathumthani University Academic Journal*, 8(2), 11–18.
- Thaveeseng, H. (2012). *Creative tourism development: A case study of center of bird economy Yala city municipality*[Master's Thesis, Prince of Songkhla University]. <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/8888/1/365638.pdf>
- Timur, S. (2012). *Analyzing urban tourism stakeholder relationship: A network perspective*. <http://torc.linkbc.ca/torc/downs1/AnalyzingUrbanTourismStakeholderRelationships.pdf>.
- UNESCO. (2006). *Toward Sustainable Strategies for creative tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico. U.S.A.
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(6), 476–487. DOI:10.1016/j.elerap.2010.07.003
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345–358.
- Zhou, W., Li-Yu, C., & Chou, R. (2021). Important factors affecting rural tourists' aesthetic experience: A case study of zoumatang village in Ningbo. *Sustainability*, 13, 14.