

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
และการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Developing Creative Tourism Activity Patterns and Routing Tourist Routes,
Touching the Charms of the Old City Lifestyle
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

พัชร์ อัครพัฒน์กำชัย¹, ญาณิศา เพ็ญพา², เมธรัตน์ จันทะนี³

วโรปภา มหาสำราญ⁴ และ มรุต กลัดเจริญ⁵

Phawat Akkarapatkamchai¹, Yanisa Phuanpoh², Metharat Chantanee³

Worapapha Mahasumran⁴ and Marut Kludcharoen⁵

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

Email: chumpol_oh@aru.ac.th

Received May 12, 2022; Revised August 10, 2022; Accepted September 15, 2022

Abstract

This research was purposed to study 1) Potential and tourism behavior in tourist attractions 2) Create media to publicize activities and travel routes and 3) to develop creative forms, organize activities and travel routes to experience the charm of the old city lifestyle Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. This is mixed method research, The sampling consisted of tourists, community leaders/ network partners 400. It used a questionnaire, an in-depth interview. The statistics were data analysis, percentage, mean, standard deviation, t-test statistics. The result found that 1) Most were female, aged 40–49 years, marital status, lower secondary education, agriculture occupation with income 15,001–30,000 baht 2) The tourist behavior of tourists found that most by private cars, travel time Monday – Friday Travel by setting your own travel program 3) Community tourism potential level at a high level, the level of creating tourism public and the level of creativity in organizing activities and tourism routes in terms of forms of creative activities, the overall average is at a high level.

Keywords: Creative Tourism Travel; Routes Experience the Charms; Old City lifestyles

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาศักยภาพและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ระดับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน/ภาคีเครือข่ายในชุมชน จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มารยณต์ส่วนตัว ช่วงเวลาวันจันทร์-วันศุกร์ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง และระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน อยู่ในระดับมาก 2) ระดับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ 3) ระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; เส้นทางท่องเที่ยว; สัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า

บทนำ

แนวโน้มเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีหลากหลายวิธีการ ทั้งนี้ขึ้นกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป บางคนชอบวิถีชีวิตชุมชนเมือง ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสถึงความต้องการของจิตใจตนเอง แต่เมื่อเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พบว่าบางชุมชนยังขาดการบริหารจัดการ ขาดเอกลักษณ์ ขาดการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นหรือชุมชน จึงทำให้ขาดความโดดเด่นและความเข้มแข็งของวิถีชุมชน การคงไว้ซึ่งเสน่ห์และความแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวนั้น จะเป็นส่วนช่วยให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่เกิดเพื่อตอบสนองความต้องการ การพักผ่อน รวมถึงความอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่าง ๆ ที่แปลกใหม่ทั้งที่เกิดขึ้น ดังนั้น จึงมีการคาดการณ์ว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะกลายเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน (Rayabsri, 2008) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างงาน อาชีพ ให้ประชาชนได้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาคท้องถิ่นต่าง ๆ อันเป็นการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศ (Chinachot & Chantuk, 2016)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ (New Travel Paradigm) ที่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อตอบสนองพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวทั้งทางด้านความรู้สึกและจิตใจ ที่คาดหวังจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่มากขึ้น จากการได้สัมผัสการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เข้าใจคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมทั้งการพัฒนาทักษะการใช้ชีวิต การเดินทางที่มีชีวิตชีวาและความประทับใจมากกว่ารูปแบบเดิม ๆ (Richard, 2010) นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ในปัจจุบัน ไม่ได้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพียงเพื่อที่จะพักผ่อนหย่อนใจเช่นยุคที่ผ่านมาเท่านั้น หากต้องการประสบการณ์ใหม่เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพใหม่ ๆ ของตนเอง และเพื่อที่จะนำไปปรับใช้กับชีวิตการทำงาน ภายหลังจากที่การเดินทางท่องเที่ยวเสร็จสิ้นลง รูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่จึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่าง

สำคัญ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” มุ่งความสนใจเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวเพื่อชมสถานที่ (พิพิธภัณฑ์ ราชวัง ตลาด อนุสาวรีย์หรือหาดทราย) หรือ Tangible Cultural Resources มาเป็นให้ความสนใจในทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resources) มากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นทางเลือกใหม่ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ “นักท่องเที่ยว” เป็นการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน โดยเชื่อมั่นว่าการเข้าร่วมเรียนรู้ทำกิจกรรมอันมีคุณค่าของชุมชน ผ่านการเชื่อมโยงของชุมชนที่พร้อมสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่ของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชุมชนหลากหลายวัฒนธรรม สามารถพัฒนาไปสู่ชุมชนหรือกลุ่มชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในรูปแบบอื่น ซึ่งมีการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น Chinachot and Chantuk (2016) ค้นพบว่าการจะพัฒนาสวนผึ้ง ให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่าง ๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้ง Janchai and Penwansuk (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองหัวหิน และชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวมีทั้งที่คล้ายกันและแตกต่างกันในแต่ละชุมชน นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ลักษณะของการท่องเที่ยวพึงประสงค์ ประโยชน์ที่ชุมชนควรได้รับ และผลกระทบต่อชุมชนที่พึงระวัง

ผู้วิจัยจึงทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีการบูรณาการระหว่างศาสตร์ คือ ด้านประวัติศาสตร์ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ การจัดการบริหารธุรกิจ เป็นต้น ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ นโยบาย แก่ชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทบทวนวรรณกรรม

ประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานเนื้อหาที่ศึกษา สรุปดังนี้

แนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นที่มีความเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

หลักเกณฑ์ของการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ครอบคลุมองค์ประกอบท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน (Srirathu, 2008) ดังนี้ 1) ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางธรรมชาติประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง 3) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจกรรมในพื้นที่ 4) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง ทั้งนี้ Bindusa and Aosakul (2018) พบว่ามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชุมชน ใน 3 หัวข้อหลัก คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพการบริหารจัดการ

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือ คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่” (Wurzburger, 2009)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Nakpaen (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยว จัดซื้อสินค้าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า เขาซื้อสินค้าบริการอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไหร่ ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร หากต้องการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แล้ว หรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังการใช้บริการ

Perreault, Darden & Darden (1977) ได้อธิบายรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ อยู่ระดับปานกลาง มักแสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ (2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมี รายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด เป็นนักท่องเที่ยว กลุ่มเล็ก ๆ มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย (4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมาก แต่มักจะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า ขณะที่ Cohen & Felson (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย ซึ่งนักท่องเที่ยวแบบปลื้มตัวหาความเพลิดเพลิน คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่มองหาแนวทางเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน และนักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยว ผู้วิจัย ภาควิชาเครือข่ายผู้นำชุมชน และผู้นำชาวบ้านมีส่วนร่วมในการวิจัย และคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการวัดประสพผลและกรอบแนวคิดการวิจัยแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะให้เลือกตอบ ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมทางท่งเกี่ยวของนักท่งเกี่ยว มีลักษณะเติมคำในช่องว่างและให้เลือกตอบ ตอนที่ 3 แบบวัดกับศักยภาพการท่งเกี่ยวชุมชน รวมทั้งหมด 32 ข้อ ในลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตอนที่ 4 แบบวัดการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่งเกี่ยวสัมพันธ์สัสน์หัตถิชีวิตเมืองกรุงเก่า รวมทั้งหมด 20 ข้อ ในลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตอนที่ 5 แบบวัดการส่งเสริมการตลาดการท่งเกี่ยวสัมพันธ์สัสน์หัตถิชีวิตเมืองกรุงเก่า รวมทั้งหมด 36 ข้อ ในลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตอนที่ 6 แบบวัดรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางการท่งเกี่ยวสัมพันธ์สัสน์หัตถิชีวิตเมืองกรุงเก่า รวมทั้งหมด 25 ข้อ ในลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา หลังจากการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาหามีค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับรวมเท่ากับ 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามแจกให้กลุ่มตัวอย่างช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2564 และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติสำเร็จรูป ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981) ในการแปลค่าคือคะแนน 1.00–1.80 คะแนน คะแนน 1.81–2.60 คะแนน คะแนน 2.61–3.40 คะแนน คะแนน 3.41–4.20 คะแนน 4.21–5.00 คะแนน และการใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่สัมพันธ์กันเพื่อเปรียบเทียบ

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยขออนุญาตและบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ ผู้วิจัยรักษาความลับของข้อมูลของข้อมูลโดยจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น งานวิจัยชิ้นนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัย จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หมายเลขรับรอง ARU-RE COA No.014/2021

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
เพศหญิง	273	68.3
อายุ 40–49 ปี	225	56.3
สถานภาพสมรส	179	44.8
การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น	168	42.0
อาชีพเกษตรกร	82	20.5
รายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 บาท	165	41.3
ที่อยู่ปัจจุบันภาคกลาง	220	55.02

จากตารางที่ 1 พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.3 มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.3 รายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.3 และที่อยู่ปัจจุบันภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.02

ตารางที่ 2 แสดงความถี่ และร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
การเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยวิธีรถยนต์ส่วนตัว	282	65.5
ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แน่นอน	264	66.0
ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวไปเช้า-กลับเย็น	228	57.3
เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน	213	53.3
ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยววันจันทร์-วันศุกร์	248	60.7
เดินทางมาเที่ยวในช่วงฤดูร้อน	215	53.8
การเดินทางมาท่องเที่ยวค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข่าวสื่อสังคมออนไลน์	116	29.0
เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ	134	33.5
เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรูปแบบกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง	258	64.5
เลือกที่พักแรมรูปแบบบ้านเพื่อน/ญาติ	159	39.8
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยววันน้อยกว่า 2,000 บาท	197	49.3
เลือกทำกิจกรรมใดระหว่างการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน	99	44.8

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แน่นอน โดยคิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมา คือการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยวิธีรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 65.5 รูปแบบกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 64.5 และน้อยที่สุด คือการเดินทางมาท่องเที่ยวค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข่าวสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 29.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.47	0.558	มาก
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต	4.04	0.660	มาก
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม	4.25	0.663	มากที่สุด
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	4.09	0.671	มาก
5. ด้านการบริการและความปลอดภัย	4.06	0.669	มาก
รวม	3.98	0.702	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.702) พิจารณารายด้าน พบว่าด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.663)

รองลงมา คือด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.09$ และ S.D. = 0.671) และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.558)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม	4.13	0.622	มาก
2. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันชื่อเสียงชุมชน	4.09	0.672	มาก
3. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าใจอันดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4.13	0.662	มาก
4. ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว	4.09	0.671	มาก
รวม	4.11	0.671	มาก

ตารางที่ 4 พบว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.671) พิจารณารายด้านพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม และด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าใจอันดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.622) รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันชื่อเสียงชุมชน และด้านการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.672 และ S.D. = 0.671)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยว

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.10	0.693	มาก
2. ด้านคุณลักษณะของเจ้าบ้านที่ดี	4.02	0.701	มาก
3. ด้านเครือข่ายทางการท่องเที่ยว	4.11	0.682	มาก
4. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน	4.06	0.683	มาก
5. ด้านแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	4.15	0.710	มาก
รวม	4.08	0.721	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.721) โดยด้านแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.710) รองลงมาด้านด้านเครือข่ายทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.682) และด้านคุณลักษณะของเจ้าบ้านที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.701)

เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า โดยได้กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยว (One Day Trip) ได้ดังนี้

“นุ่งหม้ออย่างไทย ไหว้พระงาม ตามรอยกาลเวลา อนุรักษ์ภูมิปัญญา ภูเขาทอง – คลองสระบัว”

- 07.30 – 08.30 น. – พบกันที่สถาบันอยุธยาศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
– กิจกรรม “นุ่งหม้อ ชมเรือน เยือนคลองสระบัว”
- 08.30 – 09.00 น. – ชมแหล่งเรียนรู้ภูมิวัฒนธรรมอยุธยา ณ สถาบันอยุธยาศึกษา
- 09.00 – 09.10 น. – มุ่งหน้าสู่วัดบรมพุทธาราม
- 09.10 – 10.00 น. – ชมความงาม เรียนรู้ประวัติและเรื่องเล่าของวัดบรมพุทธาราม พระอารามหลวงสมัยสมเด็จพระเพทราชา ศิลปกรรมแบบอยุธยาตอนปลายที่งดงาม
- 10.00 – 10.15 น. – มุ่งหน้าสู่วัดภูเขาทอง ระหว่างทางชมพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าอยู่ทอง พระมหากษัตริย์ผู้ทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี
- 10.15 – 11.30 น. – เรียนรู้ประวัติความเป็นมาของวัดภูเขาทอง
– กิจกรรม “ปลาตะเพียนหอมดับกลิ่น”, กิจกรรม “กระเป๋าค่าพันท์”
- 11.30 – 11.45 น. – เดินทางสู่บ้านคลองสระบัว
- 11.45 – 14.00 น. – รับประทานอาหารกลางวัน ร่วมกิจกรรม “ใส่ใจห่อใบบัว”
– กิจกรรม “สัสมรดกบ้านหม้อ ปลาตะเพียนทอง คลองสระบัว” พร้อมรับประทานอาหารว่าง
- 14.00 – 14.15 น. – มุ่งหน้าสู่ “ประตูแห่งกาลเวลา” ณ วัดพระงาม
- 14.15 – 15.00 น. – กิจกรรม “แต่งดอกบัว นบพระ ชมรุกขมรดกแห่งแผ่นดิน”
- 15.00 – 15.15 น. – มุ่งหน้าสู่วัดพระยาแมน
- 15.15 – 16.00 น. – ชมความงามและเรียนรู้ประวัติของวัดพระยาแมน เชื่อมโยงศิลปกรรมแห่งยุคสมัยสมเด็จพระเพทราชา
- 16.00 – 16.30 น. – เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในเปรียบเทียบระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว

สถานภาพทั่วไป	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ		แปลผล
	P	สถิติ	
1. เพศ	.140	-0.330	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. อายุ	.221	1.436	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. อาชีพ	.001	4.025	ยอมรับสมมติฐาน
4. สถานภาพ	.111	2.207	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. การศึกษา	.011	3.37	ยอมรับสมมติฐาน
6. รายได้	.019	2.994	ยอมรับสมมติฐาน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพ การศึกษารายได้ มีผลต่อระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เพศ อายุ สถานภาพ มีผลต่อระดับรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม และด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน อยู่ในระดับมากเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม มีความสวยงามในทางโบราณสถาน การรักษาวินัยชีวิตชุมชน ของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ควรมีการพัฒนาในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ยั่งยืนสืบต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kongdit and Ratanapongtra (2015) พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่านักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการวิจัยของ Thaveeseng, Chaoprayoon and Panyadee (2020) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนท่องเที่ยวภาพรวมมีระดับศักยภาพสูง เนื่องจากชุมชนท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทดลองทำ เพิ่มทักษะประสบการณ์ใหม่มากกว่าการเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชม สอดคล้องกับงานวิจัย Thongla (2019) พบว่า ชุมชนหนองบัว จังหวัดจันทบุรี มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งภูมิปัญญาและองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมที่หลากหลาย

2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันชื่อเสียงชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าใจอันดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewsanga, Suteetorn and Yoonaitarma (2020) พบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่มีความทันสมัยโดยมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ รูปภาพ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี โดยเห็นว่าประโยชน์ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้และมีความพึงพอใจต่อแผนเพจที่เข้าไปใช้ เพราะมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือและมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Likitsarun et al. (2019) พบว่าขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่สายตานักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมจึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

3. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางการท่องเที่ยว พบว่า มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Likitsarun et al. (2019) พบว่าการจะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของสวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่าง ๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรม หรือ สินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัย Thongla (2019) พบว่า ชุมชนมีกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม

ร่วม ด้านการบริการท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

สรุป

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยว สัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบทั้งศักยภาพและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวในวันจันทร์-วันศุกร์ กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยว ได้ 3 เส้นทางท่องเที่ยว ทางบกปั่นจักรยาน ทางน้ำผ่านการเล่นเรือ และไหว้พระของสายมู จากหลวงพ่อบัณฑิต สัมผัสกิจกรรมตามวิถีชีวิตชุมชนคลองสระบัว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ท้องถิ่นควรขอรับการจัดสรรโครงการและงบประมาณ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน สืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ต่อไป
- 2) หน่วยงานและท้องถิ่นควรมีการบริหารจัดการด้านความพร้อมของสาธารณูปโภค ด้านการเข้าถึงเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายข้อมูล ขยายพื้นที่การจอดรถ จัดที่พักแบบโฮมสเตย์ ให้มีความสมบูรณ์รองรับนักท่องเที่ยวทั้งไป-กลับและแบบค้างคืน

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

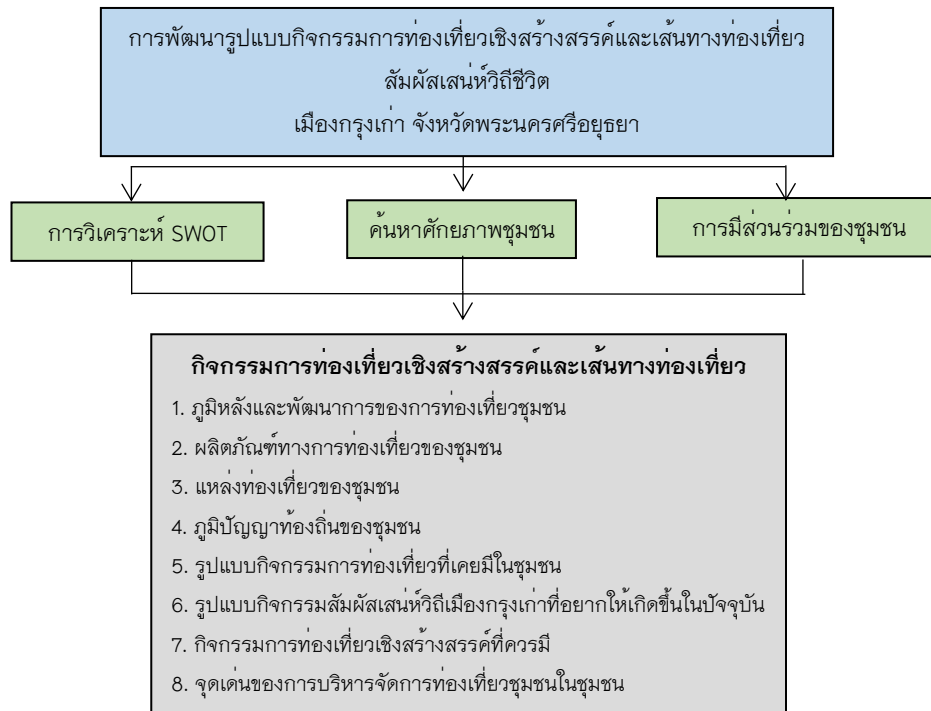
- 1) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยวของงานวิจัยนี้สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวสายมู หรือสายวิถีชีวิตชุมชนเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้
- 2) ควรมีการส่งเสริมสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น นำมาสู่การสร้างรายได้ให้กับชุมชนทางหนึ่ง
- 3) พัฒนาองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้มีกิจกรรมใหม่ ๆ จากกิจกรรมเดิมแบบต่อยอดกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่ให้แตกต่าง เพื่อสร้างแรงดึงดูด ความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทั้งใหม่และเก่าให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และควรศึกษาการอนุรักษ์สืบสานแหล่งโบราณจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือจังหวัดใกล้เคียง ให้มีเสน่ห์มนตรา เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สืบต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

จากการครั้งนี้พบว่ารูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะต้องผ่านกลไกการขับเคลื่อนจากหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น หรือมหาวิทยาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมค้นหาปัญหา และศักยภาพของชุมชน ผ่านกระบวนการวิเคราะห์รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว ดังภาพ



References

- Best, J.W. (1981). *Research in Education* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- Bindusa, D., & Aosakul, E. (2018). Lifestyle Communities Tourism and Nature Tourism Potontiality to Develop Tourism Route Mueang Satun District, Satun Province. In *Meeting Humanities & Conferences National Humanities and Social Sciences*, August 20–21 (pp. 465–474.). Songkhla Rajabhat University. <http://human.skru.ac.th/husoconference/conf1/po46.pdf>
- Chayabumrung, N. (2017). *Guideline for Promoting the Muslim Cultural Tourism in Bangkok Mosques Area*[Master's Thesis, University of Phayao]. <http://www.updc.clm.up.ac.th/bitstream/123456789/435/1/30.Nutsara%20Cheybumrung.pdf>

- Chinachot, P., & Chantuk, T. (2016). Model of Creative Tourism Management in Suan Phueng. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 9(1), 250–268. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/52759/43803>
- Cohen, L.E., & Felson, M. (1979). Social Change and Crime Rate Trends a Routine Activity Approach. *American Sociological Review*, 44, 588–608.
- Janchai, N., & Penwansuk, A. (2020). Creative Tourism Development Based on Local Ways of Life and Local Culture: A Case Study of Hua Hin, Prajuab–Kirikhan, Thailand. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 11(1), 176–189.
- Kaewsanga, K., Suteetorn, B., & Yoonaitarma, A. (2020). The Public Relations for Creative Tourism via Social Networking Sites. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 15(2), 14–28.
- Kongdit, S., & Ratanapongtra, T. (2015). *The Tourism Image of World Heritage Historic City of Phra Nakorn Si Ayutthaya from The View of Foreign Tourists*. Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi.
- Likitsarun, N. et al. (2019). The Potentials of Tourism Attraction in Phichit Province. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 14(1), 28–41.
- Nakpaen, S. (2012). *Tourism Behaviors and Motivation Factors of Foreign Tourists Visiting in Pha-Ngan Island, Surat Thani Province*[Master's Thesis, Dhurakij Pundit University].
- Perreault, W.D., Darden, D.K., & Darden, W.R. (1977). A Psychological Classification of Vacation Life Styles. *Journal of Leisure Research*, 9, 208–224.
<https://doi.org/10.1080/00222216.1977.11970330>
- Rayabsri, W. (2008). *Buddhist Tourism Behavior of Thai and Foreign Tourists Visiting Temples in Rattanakosin Island, Bangkok*[Master's Thesis, Srinakharinwirot University].
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds.). *Creative Tourism: A Global Conversation* (pp.78–90). Sunstone.
- Srirathu, W. (2008). *Eco-tourism Potential of Amphoe Khao Kho, Phetchabun Province*[Master's Thesis, Srinakharinwirot University].
- Thaveeseng, H., Chaoprayoon, P., & Panyadee, C. (2020). The Potential of Creative Tourist Destination in Satun Province. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 15(1), 3–16.
-

- Thongla, P. (2019). The Study Tourism Potentiality of Nong Bua Community Chantaburi Province.
In *The 6th National Conference Nakhonratchasima College (NMCCON 2019)* (pp.299–
305). Nakhon Ratchasima Province, Thailand. http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2562Vol10No1_29.pdf
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper and Row.