อัตลักษณ์ชากังราวจากเมืองประวัติศาสตร์ สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

IDENTITY OF CHAKANGRAO FROM AN ANCIENT CITY TO CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT

สุประภา สมนักพงษ์
Suprapa Somnuxpong[1]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวที่เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญและแนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวเพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบันโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งในการศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ด้านอัตลักษณ์และด้านจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์ของเมืองโบราณใน 3 ด้าน คือ อัตลักษณ์ด้านสังคมและชุมชน อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของเมืองโบราณ 5 เมือง คือ เมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพาน และเมืองเทพนคร เนื่องจากในแต่ละเมืองจะมีบริบทอัตลักษณ์ของเมือง และวิถีชีวิตของชุมชนด้านมรดกทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองโบราณ ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ด้านข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการดึงดูดใจเกี่ยวกับวัดและโบราณสถานด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและอื่น ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวชมเมืองโบราณทั้ง 5 ในระดับปานกลาง ด้านที่พักภายในจังหวัดกำแพงเพชรมีจำนวนค่อนข้างมากและราคาไม่สูงมากนัก มีความเหมาะสมสะอาดปลอดภัย ด้านความสนใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจเส้นทางเมืองคณฑีเป็นอันดับแรก รองมาเป็นเส้นทางเมืองไตรตรึงษ์ เมืองบางพาน เมืองเทพนคร และเมืองโกสัมพีตามลำดับ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรตลอดทั้งปีต่อไป

คำสำคัญ อัตลักษณ์ ชากังราว เมืองประวัติศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research was to study on the identity of Chakangrao, an ancient historic town, and then developed to be a creative tourism in Kamphaeng Phet province by employing both qualitative and quantitative research method. The scope of the study was divided to two parts, which were the identity and the management of tourism. In term of the qualitative information, the identity of the ancient cities was indicated to 3 issues: social and community identity, history and cultural identity of the 5 ancient cities. These 5 cities were Kosamphi city, Trai Trueng city, Khontee city, Bang Phan city and Thepnakorn city. Each of these cities was studied in the context of the city's identity and the way of life of people in the community in term of the cultural heritage. All the tourists had chance to learn on the routine life of the local

[1] Department of Tourism, Faculty of Humanities, Chiang Mai University, E-mail Address: suprapapor@hotmail.com

people and can be developed to be a creative tourism activity for the whole year, which can promote the participation between the tourists and the native people in the community and the tourism in the area. This kind of tourism can also induce the local to participate with the tourists in order to do the creative activities to promote the tourism in the ancient city. This way can also be employed as tool to balance between the change in the community caused by the tourism and the benefit gained. In term of the quantitative data, it was found that most of the tourists were convinced by visiting the ancient temples and places, including cultural and community activities. However, facilities and transportation to visit these 5 ancient cities are just moderate, though there are many low price accommodations in the area that are safe, clean and suitable to stay. For the initiative tourism program, the tourists are most interested in Khontee city, then Trai Trueng city, Bang Phan city, Thepnakorn city and Kosamphi city respectively. The data obtained in this research can lead to the development of the creative tourism, in order to convince the tourists to visit there for the whole year.

Keywords: Identity, Chakangrao, Historic town, Creative tourism development

บทนำ

อาณาจักรสุโขทัยมีกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี เมืองหลวงหรือราชธานีเป็นเมืองที่สำคัญเพราะนอกจากจะเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์แล้ว ยังเป็นศูนย์กลางทั้งทางการเมือง การปกครอง การศาสนา วัฒนธรรม ศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณี เมืองราชธานีเป็นที่ตั้งของพระราชวังและมีวัดจำนวนมากตั้งอยู่ภายในและนอกกำแพงเมืองราชธานีมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นผู้ปกครองเอง นอกจากเมืองราชธานีแล้วยังมีเมืองลูกหลวงซึ่งเป็นเมืองหน้าด่าน ตั้งอยู่รอบเมืองราชธานีทั้ง 4 ทิศ โดยเมืองลูกหลวงนั้นพระมหากษัตริย์จะทรงแต่งตั้งเชื้อพระวงศ์หรือข้าหลวงที่ทรงไว้วางพระราชหฤทัยไปปกครอง มีหน้าที่เตรียมกำลังทหารไว้ป้องกันพื้นที่ของตนเองและของราชธานี (ศุภรัตน์ เลิศพาณิชย์กุล, มปป) เมืองหน้าด่านที่มีหน้าที่เป็นเมืองลูกหลวงของอาณาจักรสุโขทัย ได้แก่

1) ทิศเหนือ เมืองศรีสัชนาลัย (สวรรคโลก)

2) ทิศตะวันออก เมืองสองแคว (พิษณุโลก)

3) ทิศใต้ เมืองสระหลวง (พิจิตร)

4) ทิศตะวันตก เมืองชากังราว (กำแพงเพชร) (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2532)

หนึ่งในเมืองลูกหลวงของอาณาจักรสุโขทัยคือจังหวัดกำแพงเพชร ในอดีตกาลมีชื่อเดิมว่าเมืองชากังราว มาจากคำว่า “ชาดงราว” (รุ่งเรือง สอนชู, 2557) ซึ่งเป็นชุมชนลุ่มแม่น้ำปิงที่มีมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ปรากฏอยู่ในประวัติศาสตร์ไทยไม่น้อยกว่า 700 ปี ตัวเมืองชากังราวตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิงทางด้านทิศใต้ของสุโขทัย มีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงหรือเมืองหน้าด่าน ซึ่งมีความสำคัญเสมือนเป็นหัวเมืองชั้นในเพื่อป้องกันข้าศึกที่จะขึ้นมาทางใต้ของเมืองสุโขทัยซึ่งถือว่าเป็นเมืองหลวงที่สำคัญในประวัติศาสตร์เนื่องจากมีกษัตริย์ปกครองอยู่ ลักษณะเด่นของเมืองกำแพงเพชร คือ เป็นเมืองที่มีป้อมปราการและกำแพงเมืองแข็งแกร่งยากต่อการรุกรานของข้าศึก ปัจจุบันอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร ได้รับขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อปี 2534 (Unesco World Heritage Center, 1992)

มรดกโลกทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible heritage) เช่น วัด โบราณสถาน อาคารเก่า เป็นต้น และ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible heritage) เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ขนมไทย ความเชื่อ ประเพณี เป็นต้น ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชรจะมีทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภท จังหวัดกำแพงเพชรหรือเมืองชากังราวในอดีต มีทั้งส่วนที่เป็นโบราณสถานที่ร้างหรือโบราณสถานที่ตายแล้ว (Death monument) และโบราณสถานที่ยังใช้ประโยชน์ (Living monument) คือ เป็นมรดกวัฒนธรรมที่เป็นวัดโบราณสถาน อาคารเก่าที่มีคุณค่ามีชุมชน พระ และคนอาศัยอยู่จริง มีวิถีชีวิตชุมชนกับส่วนที่ไม่มีชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกับภายในสถานที่นั้น ๆ ซึ่งทั้งสองส่วนนี้มีทั้งที่กรมศิลปากรเข้ามาจัดการและบางส่วนกรมศิลปากรยังไม่ได้เข้ามาจัดการพื้นที่ เมืองโบราณที่สำคัญคือ เมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพาน และเมืองเทพนคร (สภาวัฒนธรรม

จังหวัดกำแพงเพชร, 2545) ในปัจจุบันเมืองทั้ง 5 ได้มีการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในส่วนของวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวจากอดีตที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพียงอย่างเดียวและพัฒนาเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) เพื่อให้เกิดการยั่งยืนของวัฒนธรรมชุมชน ในยุคต่อมาก็มีการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อ.พ.ท) (2557) ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับองค์กร UNESCO ในเรื่องของการอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้นๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในด้านการเรียนรู้และประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีส่วนร่วมในวิถีชุมชนและประสบการณ์การเรียนรู้กับผู้คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำกันอยู่เป็นประจำ ในเมืองกำแพงเพชรประกอบไปชุมชนโบราณที่มีความสำคัญดังที่กล่าวข้างต้น สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับวิถีชีวิตชุมชน และสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอยู่ได้นานขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กีพาและนันทนาการของชุมชน ต่อยอดไปสู่การสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจรวมไปถึงเป็นการสร้างเสริมศักยภาพของประเทศในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมและมีประสิทธิภาพในการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาโบราณสถานภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรและเมืองโบราณนครชุมเป็นอย่างมากจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นเป็นเขตพื้นที่ที่มีโบราณ แต่จากที่ผู้วิจัยกล่าวไปข้างต้นยังมีเมืองโบราณที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ของเมืองประวัติศาสตร์ ที่มีลักษณะเป็นโบราณสถานที่ยังใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นมรดกวัฒนธรรมที่เป็นวัดโบราณสถาน อาคารเก่าที่มีคุณค่ามีชุมชน พระ และคนอาศัยอยู่จริงมีวิถีชีวิตชุมชนกับส่วนที่ไม่มีชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกับภายในสถานที่นั้น ๆ ผู้วิจัยมีจึงได้เห็นความสำคัญในส่วนนี้ เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวกำแพงเพชรมีจำนวนค่อนข้างน้อยและประชาชนในท้องถิ่นไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตและความเป็นมาของเมืองชากังราวในฐานะที่เป็นเมืองประวัติศาสตร์ได้ รวมทั้งยังไม่เข้าใจแนวทางในการจัดการมรดกวัฒนธรรมชุมชนที่ถูกต้อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวในฐานะที่เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญในอดีต เพื่อศึกษาแนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวในฐานะเป็นเมืองประวัติศาสตร์ เพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในส่วนของเมืองโบราณที่สำคัญและยังคงใช้ประโยชน์ คือเมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพาน และเมืองเทพนคร ซึ่งเป็นชุมชนเมืองโบราณที่สำคัญของเมืองชากังราว ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี จนมาถึงสมัยสุโขทัยซึ่งเป็นเมืองหน้าด่านที่มีฐานะเป็นเมืองลูกหลวง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวที่เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญ

2.เพื่อศึกษาแนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวเพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของคำว่าอัตลักษณ์ไว้หลายท่าน ดังนี้

รัตนา บุญมัธยะ (2550) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ว่า เกี่ยวข้องกับความหมายที่ซ้อนทับ เกี่ยวกันอยู่ระหว่างตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่สัมพันธ์กับสังคม ซึ่งหมายถึงโครงสร้างทางสังคมที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับบทบาท หน้าที่ ความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกบุคคลต่อคนอื่นๆ ในสังคมกับอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดและการตีความของปัจเจกบุคคลต่อคนอื่นๆ ในสังคมกับอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดและการตีความของปัจเจกบุคคลในการนิยามและให้ความหมายของตัวเองเมื่อสัมพันธ์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์จึงมีมิติที่ซ้อนทับระหว่างโครงสร้างสังคมที่กำหนดปัจเจก กับการนิยามของปัจเจกในฐานผู้กระทำการ

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่าอัตลักษณ์เป็นลักษณะเด่นที่กลุ่มชนตระหนักแล้วรักษาเอาไว้ สามารถสร้างใหม่ก็ได้ปรับ เปลี่ยนก็ได้ ตามแต่บริบทที่มีประชากรสัมพันธ์กับกลุ่มชนเช่น ประเพณี อาหาร อาคารบ้านเรือน ความเชื่อ และพิธีกรรมต่างๆ เป็นต้น

ธีรยุทธ บุญมี (2547) ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์หมายถึง ตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านกระบวนการยอมรับซึ่งกันและกันและการยอมรับความเหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความเหมือนกัน ความสมานฉันท์ภายในกลุ่ม ความพยายาม ความต้องการ หรือประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน

สรุปได้ว่า การจำแนกว่าสิ่งไหนที่เหมือนกันและต่างกัน ความเหมือนอาจจะเกิดจากวัฒนธรรมที่ได้รับการสั่งสมถ่ายทอดมาโดยที่จะมีความสำนึกว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์ หรือลักษณะที่เฉพาะของกลุ่มตนเพียงอย่างเดียว

นอกจากนั้นอัตลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ระดับปัจเจก (Individual identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective identity) อัตลักษณ์ร่วมเกิดจากการมีความทรงจำของสังคม อันเป็นความทรงจำที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความทรงจำและประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นผ่านการคัดสรรและการตีกรอบอดีตเพราะประวัติศาสตร์ ผ่านการวิพากษ์ เพื่อให้เป็นตัวแทนของอดีตของกลุ่มชนและเป็นการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ร่วม (ฝนวัน จันทร์ ศรีจันทร์, 2543)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายในทิศทางเดียวกัน แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มล้านนา ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถจำแนกได้ ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งแต่ละปัจจัยส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง และยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน

แพรวพโยม พัวเจริญ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความต้องการให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวเนื่องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราช และคณะหมอเพลงโคราชรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้ 1) การจัดแสดงพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวกับเพลงโคราช 2) มีบริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายของเพลงโคราชเพื่อถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก 3) การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช 4) จัดให้มีเพลงโคราชเข้ามาอยู่ในการโปรแกรม (Package) การท่องเที่ยว 5) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงเพลงโคราช 6) นักท่องเที่ยวได้ฝึกร้องเพลงโคราช 7) จัดให้มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับเพลงโคราช 8) จัดทำรูปแบบเกมส์ที่เกี่ยวข้องกับเพลงโคราชเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก 9) จัดให้มีการนำเพลงโคราชเข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมสัมมนา 10) จัดให้มีกิจกรรมการเยี่ยมบ้านหมอเพลงโคราช

โดยสรุปแล้ว อัตลักษณ์จึงเป็นตัวเชื่อมโยงกับทุกๆ ด้าน ทั้งที่เป็นปัจเจกและด้านสังคม ความทรงจำประวัติศาสตร์ และอื่นๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนทั้ง 5 ชุมชนในความเป็นเมืองลูกหลวงของอาณาจักรสุโขทัยและเชื่อมโยงถึงบริบทความเป็นเมืองสังคมในปัจจุบัน โดยทำการศึกษาอัตลักษณ์ทั้ง 3 ด้าน คือด้านสังคมและชุมชน ด้านวัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์ เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

แนวคิดเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยได้กล่าวไว้ดังนี้

แพรวโพยม พัวเจริญ (2554) ได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่า สามารถส่งเสริมและพัฒนาขึ้นด้วยกระบวนการทั้งหมด 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักรู้ถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ เป็นขั้นตอนแรกที่จะทำให้บุคคลเพิ่มความสำนึกในเรื่องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล

ขั้นตอนที่ 2 ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและชัดเจนในธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงการที่บุคคลจะสนใจและให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นนั้น ก็ต่อเมื่อได้รับความรู้ เนื้อหา สาระที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้บุคคลเข้าใจและเห็นความสำคัญยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 เทคนิควิธีการที่ส่งเสริมและความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง เทคนิควิธีการกลยุทธ์ในการฝึกกระบวนการคิดสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดผลสร้างสรรค์ ซึ่งรวมเทคนิคและวิธีการ

ขั้นตอนที่ 4 การเพิ่มพูนศักยภาพในการเป็นมนุษย์ของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริงเป็นการพัฒนาบุคคลไปสู่การรู้จักตนตรงตามสภาพที่เป็นจริง ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุด ดังนี้

1. เป็นผู้เปิดรับประสบการณ์ต่างๆ มาปรับเข้ากับตนได้ดี
2. สนใจศึกษาเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของมนุษย์
3. มีความคิดริเริ่มในการนำตนเอง และริเริ่มและผลิตสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง
4. มีความสามารถในการคิดยืดหยุ่น เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงแนวทางในการดำเนินชีวิตให้เหมาะสมได้

สุดแดน และคนอื่นๆ (2556) ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ภายในประเทศไทย พบว่าวิธีการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ต้องสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม โดยได้นำเสนอคุณสมบัติทั้งในเชิงพื้นที่และกระบวนการ คือ

คุณสมบัติในเชิงพื้นที่ คือ มีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/ หรือธรรมชาติและมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม

คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ คือมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม, มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม,มีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยวและไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (20 เมษายน 2557) ยังได้ให้คุณสมบัติและวิธีการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross - cultural engagement/ Cultural experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/ deep meaning/ understanding of the specific cultural of the place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands - on experience)
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/ transformation and transformative experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co - creating tourism experience)
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/ genuine experience)

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

10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Trailer - made approach)

โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจะต้องมีการเชื่อมโยงในความคิดสร้างสรรค์ 4 ขั้นตอนข้างต้นที่กล่าวไป และมีการจัดการนักท่องเที่ยวในส่วนของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ผ่านประสบการณ์ตรงเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งพื้นที่หรือชุมชนที่มีปัจจัยดังกล่าวสามารถพัฒนาและมีการจัดการเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

แนวคิดเรื่องการบริหารการตลาดการท่องเที่ยว

การตลาดเป็นส่วนที่สำคัญในพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการต่อยอดให้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวสามารถดำเนินอยู่ได้ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการตลาดไว้หลายท่านสรุปได้ ดังเช่นต่อไปนี้

การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการทางสังคมและการจัดการ อันทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่จำเป็นและต้องการ โดยอาศัยการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณค่าต่าง ๆ (Kotler, & Armstrong, 1996, p. 5) การวางแผนการตลาดท่องเที่ยวนั้น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกวัฒนธรรมในกรณีที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ได้กล่าวถึงมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งมีการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะเชิงสร้างสรรค์กับการดำเนินการตลาดด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมมีความพิเศษและแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมรวมทั้งวัฒนธรรมของประเทศและชุมชน ดังนั้นระบบการตลาดที่ได้ผลสำหรับแหล่งมรดกจึงต้องเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. การดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมจะต้องเข้าใจอุปสงค์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของกลุ่มตลาดต่าง ๆ และขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการจัดทำระบบข่าวสาร ค้นคว้าข้อมูล และศึกษาแนวทางของตลาดนักท่องเที่ยวด้วย แล้วนำมาวิเคราะห์ตามความเหมาะสม ซึ่งจะเกี่ยวกับตัวแทนส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และสื่อต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. การดำเนินการด้านตลาดควรคำนึงถึงความน่าสนใจของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมกับตลาดเป้าหมายด้วย เพื่อมากำหนดกลยุทธ์เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมมีเพียงไม่กี่แห่ง

4. โสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ นำมาสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมให้เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างจินตนาการให้แก่นักท่องเที่ยวและพยายามดึงคุณค่าความน่าใจออกมาเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น Philip Kolter (2017) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการทำการตลาดยุคใหม่ 4.0 ในMarketing 4.0 Moving from Traditional to Digital ในการทำการตลาดต้องให้นักท่องเที่ยวรู้สึก 5 ประเด็น Customer Path (5A) จึงจะถือว่าประสบความสำเร็จในการทำตลาดยุคใหม่ ดังนี้ 1) Aware ให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ (Brand) ได้ให้ลูกค้าเห็นตระหนัก 2) Appeal ลูกค้าสนใจได้มากขึ้นจดจำ 3) Ask สอบถามหาข้อมูล 4) Act การกระทำ การตัดสินใจซื้อ 5) Advocate (Support) การบอกต่อในโลกออนไลน์สามารถอธิบายนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการอธิบายการพัฒนาด้านการตลาดท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ได้ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยุคใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ชากังราวจากเมืองประวัติศาสตร์สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research method) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research method) โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ร่วมกับการทบทวนเอกสาร (Documentary research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเชิงประวัติศาสตร์จากเอกสารและหนังสือที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ประเด็นที่ศึกษาแบ่ง 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวหรือเมืองกำแพงเพชร ในส่วนของเมืองโบราณที่สำคัญและยังคงใช้ประโยชน์ คือ เมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพาน และเมืองเทพนคร ซึ่งเป็นชุมชนเมืองโบราณที่สำคัญตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคมชุมชน

ส่วนที่ 2 แนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวไปใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบัน

กลุ่มที่สัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1.กลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น ซึ่งเป็นนักวิชาการท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงด้านศิลปวัฒนธรรมภายในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3 ท่าน

2.กลุ่มปราชญ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับจากยกย่องจากชุมชนเป็นผู้รู้ในเรื่องภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่น โดยใช้วิธีการอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปาก หรือ Snowball Sampling Technique จำนวน 12 ท่าน

3.กลุ่มผู้นำชุมชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลของทั้ง 5 ชุมชน จำนวน 5 ท่าน

4.กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 4 ท่าน

5.กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พักและบริษัทนำเที่ยว ซึ่งที่พักจะเป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมมาพักและบริษัทนำเที่ยวที่มีเส้นทางนำเที่ยวผ่านมาแวะที่จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 6 ท่าน

แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนโบราณทั้ง 5 ชุมชน ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคมชุมชน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เช่น จุดขายหลักของชุมชน จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 5 หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่พัก ด้านกิจกรรม การวางแผนการตลาดและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น โครงสร้างและการวางแผนให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 4 เสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชากังราวจากเมืองประวัติศาสตร์สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์ กลุ่มที่สัมภาษณ์ และประเด็นที่สัมภาษณ์

ด้าน	กลุ่มที่สัมภาษณ์	ประเด็นที่สัมภาษณ์
ด้านอัตลักษณ์ของเมืองชากังราว หรือเมืองกำแพงเพชรซึ่งเป็นเมืองโบราณ 5 เมืองใน 3 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคมชุมชน	กลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น	ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และด้านสังคมชุมชนของคนเมืองชากังราวและเมืองประวัติศาสตร์สมัยสุโขทัยในภาพรวม
	กลุ่มปราชญ์ท้องถิ่น	เรื่องเล่า ภูมิปัญญา ศิลปะการแสดง และความเชื่อต่างๆ
	กลุ่มผู้นำชุมชน	ประวัติความเป็นมาของชุมชน,กฎระเบียบ, ประเพณี และแนวทางปฏิบัติของชุมชนต่อพิธีกรรมและเทศกาลต่างๆ
แนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวเพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบัน	กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	การจัดการท่องเที่ยว นโยบายด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว
	กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พักและบริษัทนำเที่ยว	การจัดการท่องเที่ยวและการทำการตลาดการท่องเที่ยวภายในชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาแยกหมวดหมู่ตามประเด็นที่ต้องการศึกษาเทียบเคียงกับข้อมูลพื้นฐานเชิงประวัติศาสตร์ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและหนังสือที่เกี่ยวข้อง จากนั้นตั้งประเด็นหลักและประเด็นรองของแต่ละหมวดหมู่โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้ทฤษฎีที่สำรวจไว้ในเบื้องต้นมาวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาได้โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองประวัติศาสตร์ชากังราว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสถานที่ที่เป็นจุดมุ่งหมายหลักภายในจังหวัดกำแพงเพชร คือ เมืองโบราณเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และบริเวณเมืองโบราณทั้ง 5 คือ เมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพาน และเมืองเทพนคร จากข้อมูลการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร 2558 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยว 390,062 คน ผู้วิจัยจึงได้นำมาคำนวณเพื่อหาประชากรตัวอย่างโดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สอบถามจำนวนนักท่องเที่ยวแบบหลายขั้นตอน Multi - Stage Cluster Sampling โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักบริเวณในเขตในเมืองโบราณอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและบริเวณเมืองโบราณทั้ง 5 ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้กลุ่มเป้าหมายแล้วจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่อยู่ปัจจุบัน ลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist) นำมาแจกแจงความถี่เป็นร้อยละของคำตอบ แล้วนำเสนอเป็นความเรียง

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ของเมืองชากังราวในฐานะเมืองลูกหลวงในสมัยสุโขทัย ซึ่งลักษณะคำถามเป็นการกำหนดค่าน้ำหนักระดับความพึงพอใจแบ่งเป็น 5 ระดับ

แล้วนำมาแจกแจงความถี่ร้อยละของคำตอบ แล้วนำเสนอเป็นความเรียง โดยกำหนดค่าน้ำหนักของระดับความพึงพอใจไว้ 5 ระดับดังนี้

ไม่พอใจอย่างยิ่ง	ค่าระดับคะแนนเท่ากับ 1
ไม่พอใจ	ค่าระดับคะแนนเท่ากับ 2
ไม่มีความคิดเห็น	ค่าระดับคะแนนเท่ากับ 3
พอใจ	ค่าระดับคะแนนเท่ากับ 4
พอใจอย่างยิ่ง	ค่าระดับคะแนนเท่ากับ 5

ตอนที่ 3 ระดับความสนใจต่อการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เรียงลำดับตามความสนใจของโปรแกรมแต่ละทริป (เรียงลำดับจาก 1 ถึง 5)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ด้วยการแจกแจงความถี่ของคำตอบเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอเป็นความเรียง โดยอธิบายข้อมูลจากแบบสอบถามใน 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนของข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงร้อยละของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางเมืองลูกหลวงชากังราว และส่วนที่ 3 ระดับความสนใจต่อการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เรียงลำดับตามความสนใจของโปรแกรมแต่ละเที่ยวของการเดินทาง

ผลการวิจัย

ผลวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 อัตลักษณ์ของชุมชนโบราณทั้ง 5 ชุมชน คือ ภาพรวมอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคมชุมชนของคนในเมืองประวัติศาสตร์เมืองชากังราว

ด้านประวัติศาสตร์ พบว่า จากการสัมภาษณ์ คุณธนสิทธิ์ คชศิลา (สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2559) 1 ในกลุ่มนักวิชาการท้องถิ่นได้กล่าวว่า เมืองชากังราวมีความเจริญที่สุดในช่วงสมัยสุโขทัย ในอดีตเป็นเมืองที่มีความสำคัญเพราะเคยเป็นศูนย์กลางแห่งอำนาจทั้งทางโลกและทางธรรมในทางพระพุทธศาสนา นอกจากนั้นมียังค้นพบบันทึกหลักฐานที่เป็นจารึก พงศาวดาร ตำนาน โดยมีการค้นพบจารึกที่สำคัญในสมัยสุโขทัยซึ่งมีความสำคัญกับเมืองกำแพงเพชรหรือเมืองชากังราว คือ จารึกหลักที่ 1 จารึกพ่อขุนรามคำแหงในปีพุทธศักราช 1835 ได้กล่าวถึงเมืองโบราณในอดีต คือ เมืองคณฑี แสดงให้เห็นว่าเมืองคณฑีเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ จารึกหลักที่ 3 จารึกนครชุม จารึกเมื่อปี พ.ศ. 1900 ทำให้เห็นความสำคัญของกษัตริย์ในยุคสมัยนั้นกับเมืองกำแพงเพชรเป็นอย่างมากซึ่งมีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงเมื่อราวพ.ศ. 1920 จากจารึกหลักที่ 38 หรือจารึกกฎหมายลักษณะโจรได้แสดงความยิ่งใหญ่ทางการเมืองการปกครองของเมืองกำแพงเพชร (สภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2545) ทั้งนี้ธนสิทธิ์ คชศิลา, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2559 ได้กล่าวว่า “เมืองไตรตรึงษ์เป็นเมืองแห่งแรกของเมืองกำแพงเพชรและยังมีความยิ่งใหญ่เป็นเมืองคู่กับเมืองเทพนคร” ส่วนเมืองคณฑีเชื่อกันว่าตั้งอยู่บริเวณวัดกาทิ้งสามัคคีธรรม เพราะปรากฏร่องรอยบริเวณที่มีคูน้ำโอบรอบและพบซาก (องค์การบริหารส่วนตำบลคณฑี, 2559) นอกจากนั้น (รุ่งเรือง สอนชู, สัมภาษณ์, 4 มีนาคม 2559)ได้กล่าวถึง “เมืองเทพนครว่าเป็นเมืองโบราณซึ่งกรมศิลปากรได้มาขุดค้นบางส่วน แต่บางส่วนยังไม่ทราบขอบเขตที่ชัดเจน แต่เกิดหลังเมืองไตรตรึงษ์” ซึ่งมีหลักฐานทางตำนานและพงศาวดารสนับสนุน นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่ม นักวิชาการมีความเห็นสอดคล้องกันทำให้ทราบว่าเมืองบางพานเป็นเมืองหนึ่งที่เป็นเมืองโบราณปัจจุบันตั้งอยู่บริเวณบ้านวังพาน ตำบลเขาคิริส อำเภอพรานกระต่าย และเมืองโกสัมพีนคร ตั้งอยู่บริเวณบ้านท่าคูณ หมู่ที่ 1 และบ้านคลองเมืองหมู่ที่ 3 ซึ่ง (มัชณิมา จันทราภรณ์, สัมภาษณ์ 18 มีนาคม 2559) ได้ให้ข้อมูลว่า “ปัจจุบันได้ร้างไปเหลือเป็นซากเมืองเก่าไม่มากนักในปัจจุบัน”

ด้านวัฒนธรรม พบว่า จากข้อมูลการสัมภาษณ์ปราชญ์ท้องถิ่นและผู้นำชุมชนได้กล่าวว่าเมืองไตรตรึงษ์มีวัดวังพระธาตุ ศาลท้าวแสนปมเป็นอัตลักษณ์เป็นตำนานที่มีความสำคัญของชุมชน นอกจากนั้นกลุ่มปราชญ์ท้องถิ่นยังได้กล่าวถึงเมืองคณฑีมีวัดกาทิ้งสามัคคีธรรมที่มีเสด็จรัชกาลที่ 6 เคยเสด็จประพาสต้น วัดปราสาท ศาลพ่อขุนศรีอินทราทิตย์ และมีภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมทอผ้าและกระเป๋า อาหารและเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนคณฑี ส่วนเมืองเทพนครและเมืองบางพานนั้นผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่นได้กล่าวสอดคล้องกันในอัตลักษณ์ของเมืองคือคูเมืองโบราณและภูมิปัญญาการการทำเฉาก๊วย กระยาสารทโบราณ เมืองบางพานมีอุทยานประวัติศาสตร์เขานางทองมีฐานของพระพุทธบาทจำลอง ถนนพระร่วง ภูมิปัญญาการจักสานเรือเปล ผลิตภัณฑ์หินอ่อน ด้านเศรษฐกิจพอเพียง สถาปัตยกรรมอาคารบ้านไม้โบราณและตำนานคันฉ่องโบราณที่ใช้เข้าพิธีแต่งงาน(หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร, 2540) และส่วนเมืองโบราณโกสัมพี กลุ่มผู้นำชุมชนได้มีความคิดเห็นสอดคล้องกันคือ อัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนคือศาลรูปปั้นท้าวเวสสุวรรณ ภูมิปัญญาการทำเสื้อคอกระเช้าโบราณ และประเพณีจากชนเผ่าต่างๆ

ด้านสังคมชุมชน พบว่า จากข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนทำให้ทราบถึงบริบทแต่ละพื้นที่ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นลักษณะราบลุ่มเหมาะสำหรับประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนาคันนาแบบโบราณ บางส่วนจะติดกับแม่น้ำปิง มีระบบคลองชลประทานและพื้นที่จะมีการติดต่อกันระหว่างชุมชน

ตอนที่ 2 ด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นควรมีการสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมกับชุมชนโดยเป็นกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของแต่ละด้านของชุมชน และควรมีการวางแผนการตลาดร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับผู้ประกอบการเอกชนทั้งที่พัก และบริษัทนำเที่ยว ซึ่งปัจจุบันในบางชุมชนจะมีการร่วมมือระหว่างชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลร่วมกัน เกิดเป็นการรวมตัวกันลักษณะเป็นกลุ่มสหกรณ์ของชุมชนแต่ยังไม่ได้มีการส่งเสริมต่อยอดในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ตอนที่ 3 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้นำชุมชน และปราชญ์ท้องถิ่น พบว่า ในการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ในพื้นที่ชุมชนบางส่วนที่มีโบราณสถานซึ่งกรมศิลปากรจะเข้ามาดูแลและทำการอนุรักษ์แต่ก็ให้สิทธิกับชุมชนในเขตพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาร่วมจัดการพื้นที่ดังเช่นถ้าใกล้เขตองค์การบริหารส่วนตำบลใดก็สามารถเข้าไปจัดการอนุรักษ์ตามกรอบระเบียบของกรมศิลปากรได้ ส่วนการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยนักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติและทำกิจกรรมท่องเที่ยวกับชุมชนนั้น เช่นชุมชนโกสัมพีมีการเรียนรู้วิถีชนเผ่าและการเกษตร ชุมชนไตรตรึงษ์มีการเรียนรู้การรำไทยของท้องถิ่นและขนมไทย ชุมชนคณฑีมีการเรียนรู้การทอผ้าและกระเป๋าสาน ชุมชนบางพานมีการเรียนรู้แกะสลักหินอ่อนและการทำจักสานเรือเปล ชุมชนเทพนครมีการเรียนรู้การทำกระยาสารทและกระดาษสา เป็นต้น ซึ่งบางชุมชนมีการรวมตัวกันในท้องถิ่นเป็นรูปแบบของสหกรณ์ท้องถิ่นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สืบทอดภูมิปัญญาและมีการจำหน่ายสินค้าในเชิงพาณิชย์ ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ คนในชุมชนก็พร้อมที่จะเข้ามาร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชรพบว่า โดยภาพรวมเสนอแนะแนวในการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความสำคัญในอดีตที่เป็นเรื่องราวตำนาน หรือบุคคลสำคัญที่เคยมาเมืองชากังราวในอดีต เช่น ตามรอยท้าวแสนปม เชื่อมโยงเมืองไตรตรึงษ์และคณฑี ตามรอยเส้นทางถนนพระร่วง เชื่อมโยงเมืองบางพานไปถึงจังหวัดสุโขทัย ตามรอยเส้นทางรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 เสด็จประพาสต้น และนอกจากนั้นกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสนอแนะควรมีการประสานกับบริษัทนำเที่ยวที่กรุงเทพที่นิยมพานักท่องเที่ยวเดิน

ทางผ่านจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวและทำการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ผลวิจัยเชิงปริมาณ

จากการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองประวัติศาสตร์ชากังราว มีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวคนไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง ร้อยละ 75 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 55 วุฒิการระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40 และรองลงมาเป็นวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีซึ่งมีจำนวนร้อยละ 39.5 อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 33.8รองลงมาเป็นกลุ่มข้าราชการ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 27 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 21.2 รองลงมาเป็น 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 18.8 และ รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 17.5 และรองลงมาจะเป็นช่วงรายได้ 20,001- 30,000 บาทร้อยละ 15 และมาจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 30 รองลงมามาจากภาคเหนือ ร้อยละ 26.3 และภาคกลางร้อยละ 23.8 ซึ่งจากข้อมูลจะทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นนักศึกษาอาจจะมาศึกษาดูงานในพื้นเมืองโบราณเพราะเป็นส่วนหนึ่งของเมืองมรดกโลกร่วมกับสุโขทัยและศรีสัชนาลัย

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ของเมืองชากังราวในฐานะเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญ พบว่า

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในระดับมากคือ มีความพึงพอใจต่อความสวยงามของวัดและโบราณสถานทางด้านวัฒนธรรม คะแนนเฉลี่ย 3.88 และความพึงพอใจต่อชื่อเสียงที่มีมายาวนานของชุมชน คะแนนเฉลี่ย 3.58 นอกจากนั้นยังมีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ การต้อนรับความเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชุมชน คะแนนเฉลี่ย 3.53

2. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน คะแนนเฉลี่ย 3.12 ความพึงพอใจต่อความสะดวกและราคามีค่าเท่ากันที่คะแนนเฉลี่ย 3.01 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังรู้สึกไม่พอใจต่อความหลากหลายในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นค่าเฉลี่ย 2.04

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenity) ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวทีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และร้านอาหารที่ค่าเฉลี่ย 3.31 ส่วนความพอใจต่อสถานที่จอดรถมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 ความพอใจห้องน้ำสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.02

4. ที่พัก (Accommodation) ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจในระดับพอใจมาก คือ มีความพอใจต่อที่พักที่มีปริมาณเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนค่าความพอใจระดับปานกลาง ต่อความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.63 ราคาที่เหมาะสม 3.60 ความสามารถหาได้ง่ายชัดเจน 3.42 และความสะอาด 3.41

5. กิจกรรม (Activity) ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจในระดับมาก คือมีความพอใจต่อการจัดกิจกรรมที่มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริงค่าเฉลี่ย 4.00 ความพอใจต่อการจัดกิจกรรมที่ทำให้จดจำประทับใจและเข้าใจ ค่าเฉลี่ย 3.96 ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ย 3.77 และความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมที่เป็นเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม ค่าเฉลี่ย 3.72 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ ค่าเฉลี่ย 3.56 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมค่าเฉลี่ย 3.54 แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ค่าเฉลี่ย 3.52 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 3.48 ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกันค่าเฉลี่ย 3.46 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ค่าเฉลี่ย 3.45 เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.33

ตอนที่ 3 ระดับความสนใจต่อการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เรียงลำดับตามความสนใจของโปรแกรมแต่ละทริป พบว่า ระดับความสนใจต่อการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจในกิจกรรมที่นำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การเรียนรู้ แลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ เที่ยวชมทำกิจกรรมที่เมืองคณฑี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองบางพาน เมืองเทพนคร และเมืองโกสัมพี ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

ในการวิจัยนี้ศึกษาอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวที่เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญและศึกษาแนวทางในการนำอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวเพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบัน โดยในการวิจัยนี้ใช้วิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

เมืองชากังราวมีความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในส่วนของอัตลักษณ์ของเมืองชากังราวในฐานะเป็นเมืองประวัติศาสตร์ในสมัยสุโขทัย พบว่า เมืองโบราณแต่ละพื้นที่มีความสำคัญในแง่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านอัตลักษณ์ของ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) และธีรยุทธ บุญมี (2547) มีเรื่องราวการบอกเล่าของท้องถิ่นซึ่งสืบเนื่องถึงการเป็นตำนานที่มีชื่อเสียง เช่น เมืองเทพนคร เมืองของท้าวแสนปม และเมืองคณฑี ที่มีตำนานเป็นต้นกำเนิดพ่อขุนศรีอินทราทิตย์

หรือแม้กระทั่งโบราณสถานที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ที่เป็นเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ในเมืองไตรตรึงษ์ และประเพณีที่สำคัญต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะเป็นการผสมผสานศิลปะเฉพาะของเมืองกำแพงเพชรทั้งในแง่ของศิลปกรรมที่จับต้องได้และวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น การละเล่น ก็มีลักษณะเฉพาะของชุมชนสามารถนำมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดของ เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (2548) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และแพรวพโยม พัวเจริญ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

และภายในเมืองโบราณทั้ง 5 นั้นเมื่อนำมาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามองค์ประกอบแนวคิดของ สุดแดนและคนอื่นๆ (2556) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำกิจกรรมในชุมชน เกิดเป็นประสบการณ์และความผูกพัน ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนในการท่องเที่ยวท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและอยากกลับเที่ยวทำกิจกรรมและพักระยะยาวมากขึ้น นอกจากนั้นในการทำการตลาดมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาด 7P's เป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวและควรมีการส่งเสริมการทำการตลาดด้วยเทคโนยีสมัยใหม่ตามแนวคิดของ Philip Kolter (2017) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการทำการตลาดยุคใหม่ 4.0 หรือการทำการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ในเมืองโบราณทั้ง 5 เมือง คือ เมืองโกสัมพี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองบางพานและเมืองเทพนคร มีความสำคัญในอดีตเป็นอย่างมากแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวมากนักในเรื่องของข้อมูลและความสำคัญของแต่ละพื้นที่ที่เป็นชุมชนโบราณ รวมถึงการจัดการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวบางพื้นที่จัดการกันเองโดยชุมชนและบางพื้นที่มีหน่วยงานของภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล ควรเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการและส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. ตลาดของนักท่องเที่ยวยังไม่หลากหลายมากนัก ดังนั้นตลาดท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายควรมีการขยายเป็น 2 กลุ่ม คือตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาที่สนใจจะศึกษาด้านประวัติศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจากโรงเรียนและมหาลัยต่างๆ ทั่วประเทศไทย และกลุ่มนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและบางส่วนเป็นกลุ่มที่มาเที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (DIT- Domestic Independent Tourism) โดยมีการจัดการวางแผนด้วยตัวเอง

ทุกอย่าง ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยวและบางส่วนเป็นกลุ่มที่มาเที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (FIT- Foreign Independent Tourism) โดยมาการจัดการวางแผนด้วยตัวเองทุกอย่าง

3. สินค้าและบริการด้วยการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวหลักที่แสดงอัตลักษณ์ เช่น วัด โบราณสถาน ภูมิปัญญาและวิถีชีวิต เป็นต้น ซึ่งชุมชนในเมืองเก่าโบราณทั้ง 5 ชุมชน ยังไม่มีการจัดการในด้านของสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จะมีเพียงเมืองไตรตรึงษ์ซึ่งจึงขายที่เป็นจุดท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวคือที่วัดวังพระธาตุ และเมืองคณฑี บริเวณวัดปราสาทที่นักท่องเที่ยวจะรู้จักและเข้ามาเที่ยวกราบไหว้ในชุมชนควรมีการจัดการกิจกรรมที่เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถรองรับและให้ความรู้นักท่องเที่ยวได้

4. ราคา ในเรื่องราคาในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรมีค่าครองชีพไม่สูงมาก ราคาที่พักโรงแรมในเขตเมืองอยู่ในช่วง 400-1500 บาทและในที่พักเขตชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นรีสอร์ท จะอยู่ที่ราคา 200-700 บาท ส่วนของที่ระลึกค่อนข้างมีจำนวนจำกัดยังไม่มีจำนวนมาก และในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเมืองลูกหลวงทั้ง 5 เมืองที่ผู้วิจัยนำเสนอสามารถนำมาคิดราคาเป็นแพ็คเก็จ (Package) ร่วมกันกับแหล่งมรดกโลกสามารถให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเพิ่มมากขึ้นในการมากพักที่จังหวัดกำแพงเพชร ในส่วนนี้สามารถใช้ กลยุทธ์ด้านราคาในการโฆษณาด้านการท่องเที่ยวได้ เช่นกำหนดราคาที่ลงท้ายเลขคี่ เช่น โปรแกรมนำเที่ยวเมืองคณฑี ราคา 799 บาท จะทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถตัดสินใจในเรื่องราคาได้ว่าราคาไม่แพงมาก เป็นต้น

5. ช่องการจำหน่าย ในส่วนของช่องการจัดจำหน่ายสินค้าในที่นี้คือโปรแกรมนำเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวสามารถให้นักท่องเที่ยวซื้อเป็นโปรแกรมทัวร์เมื่อมาถึงที่อุทยานประวัติศาสตร์หรือเป็นแพ็คเก็จ (Package) ควรมีช่องทางการนำเสนอขายผ่านทางอินเตอร์เน็ตโดยอาจจะมีการประสานร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวที่กรุงเทพมหานครให้พักมาค้างคืนและทำกิจกรรมก่อนที่จะเดินทางจากกรุงเทพมหานคร

6. การส่งเสริมการตลาด ในชุมชนเมืองโบราณทั้ง 5 เมืองนั้นปัจจุบันยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากนัก ส่วนของการทำการตลาดประชาสัมพันธ์และการโฆษณาในการเชื่อมโยงเส้นทางเมืองลูกหลวงซากังราวนั้น ต้องมีการร่วมมือกับกับทางหน่วยงานภาครัฐมีนำเสนอเส้นทางใหม่ร่วมกับทางอุทยานประวัติศาสตร์ และภาคเอกชนทั้งบริษัททัวร์ที่มาจากกรุงเทพมหานครหรือบริษัทที่ผ่านขึ้นไปภาคเหนือเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ หรือสุโขทัย ซึ่งอาจจะทำการส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องการตลาดรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Marketing 4.0 ที่เน้นในการทำการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดเช่นเป็น QR Code ในแหล่งท่องเที่ยว หรือการทำเพจ (Fanpage) เพื่อให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการทำเป็น แอพลิเคชั่น (Application) ในการนำเที่ยวและให้ข้อมูลกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวจริง

7. บุคลากรที่ให้บริการ ประชาชนในท้องถิ่นชุมชนเมืองโบราณทั้ง 5 เมืองค่อนข้างมีอัชฌาสัยดีและยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้ควรความรู้ประชาชนในภาษาหรือทักษะการนำเที่ยวต้อนรับนักท่องเที่ยว

8. ขั้นตอนการให้บริการ ชุมชนเมืองโบราณทั้ง 5 เมืองยังไม่มีการจัดการด้านการบริการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมมีเพียงบางชุมชนที่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแต่ไม่ได้ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง และในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองโบราณยังไม่ค่อยสะดวกเท่าที่ดังนั้นควรมีการจัดอบรมการนำเที่ยวให้คนในท้องถิ่น และมีการจัดการระบบการขนส่งสาธารณะและเส้นทางให้สะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองหรือมาโดยบริษัททัวร์

9. ลักษณะทางกายภาพ ชุมชนเป็นเมืองเก่าโบราณในลักษณะเป็นเมืองหน้าด่านที่มีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงในสมัยสุโขทัยซึ่งถือว่าเป็นภาพลักษณ์อัตลักษณ์ของพื้นที่ของเมืองโบราณทั้ง 5 ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งภายในเมืองมีความสวยงามของโบราณสถาน สถาปัตยกรรมวัดและเรือนพื้นถิ่นของชุมชนและยังมีวิถีชีวิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนซึ่งเป็นภูมิปัญญาของแต่ละชุมชน ซึ่งแสดงความเป็นจิตวิญญาณของสถานที่ทำให้เมืองมีชีวิตในการเข้าไปทำกิจกรรมของชุมชนดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ชุมชนของเมืองโบราณ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการเชื่อมโยงเมืองประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญจังหวัดอื่นด้วย เพื่อให้ได้ลักษณะของอัตลักษณ์ที่เป็นเส้นทางและข้อมูลที่หลากหลายในพื้นที่

2. ควรมีการศึกษาด้านศักยภาพของพื้นที่ที่จัดการเป็นการท่องเที่ยวแล้วใช้ตัวชี้วัดประเมินในเรื่องศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยว

3. อาจจะต้องมีการศึกษาเชิงลึกในเรื่องของการจัดการพื้นที่ที่เป็นโซนนิ่งให้ชัดเจน

4. อาจจะมีการศึกษาเปรียบเทียบพื้นที่ที่มีลักษณะและอัตลักษณ์คล้าย ๆ กันถึงการสร้างกิจกรรมหรือการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ

ต้องขอขอบพระคุณ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการสนับสนุนทุนวิจัย และขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจพิจารณางานวิจัยนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันทนา ปกป้อง ที่ให้คำปรึกษาด้านประวัติศาสตร์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ประกอบศิริ ภักดีพินิจที่ให้คำปรึกษาด้านการท่องเที่ยว ซึ่งบทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ชากังราวจากเมืองลูกหลวงสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์. (2548). *อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย*. คณะวิทยาการจัดการ. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ธนสิทธิ์ คชศิลา. (5 กุมภาพันธ์ 2559). นักวิชาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อดีตนักวิชาการอุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร และอดีตรักษาการแทนหัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, สัมภาษณ์.

ธีรยุทธ บุญมี. (2547). *ประชาสังคม*. กรุงเทพฯ: สายธาร.

มัชณิมา จันทราภรณ์. (18 มีนาคม 2559). นายกองค์การบริหารส่วนตำบลโกสัมพี, สัมภาษณ์.

รัตนา บุญมัธยะ.(2547). *"พิธีเนากับตัวตนกะฉิ่น" ในอัตลักษณะชาติพันธ์และความเป็นชายขอบ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

รุ่งเรือง สอนชู. (4 มีนาคม 2559). ปราชญ์ท้องถิ่นชุมชนและอดีตอาจารย์โรงเรียนเทพนคร, สัมภาษณ์.

รุ่งเรือง สอนชู. 2557. *"เล่าเรื่องเมืองชากังราว". ประวัติเมืองกำแพงเพชรยุคหิน- ปัจจุบัน* (จากสัมมนาและทบทวน เมื่อวันที่ 27 -28 กันยายน 2557). กองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร.

ฝนวันจันทร์ ศรีจันทร์.(2543). *การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของคนในเมืองประวัติศาสตร์กรณีศึกษาเมืองประวัติศาสตร์พิมาย* .วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แพรวพโยม พัวเจริญ. (2554). *การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2532). *เมืองโบราณในอาณาจักรสุโขทัย สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภรัตน์ เลิศพาณิชย์กุล (มปป) *"เมืองสุโขทัยในฐานะเมืองหลวงเมื่อพิจารณาในแง่ภูมิศาสตร์". ข้อมูลและทัศนะใหม่ด้านสุโขทัยศึกษา*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร.(2545). *วิเคราะห์ วิจัย ถ่ายทอด จารึกที่พบในเมืองกำแพงเพชร*. กำแพงเพชร: สภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร.

สุดแดนและคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร. (2540). *แหล่งวัดไตรภูมิ.* อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร เชียงใหม่: แสงศิลป์.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท). (20 เมษายน 2557). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.dasta.or.th/creativetourism/th/creativetourism/532.html

องค์การบริหารส่วนตำบลคณฑี. (มปป.). *เมืองคณฑี.* ค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2559, จาก http://www.khontee.go.th/index.php?options=travel&mode=detail&id=125

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ (Identity): การทบทวนทฤษฎี และกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Cohen,J. M., & Uphoff, N. Rural. (1977). *Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation*. New York: Cornell University.

Ford, David, & Chris Ryan. (1977). The Marketing of Technology. *European Journal of Marketing*, 11, 369-81

Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principle of Marketing* (7th ed) . Upper Seddle River:Prentice-Hall.

Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital***.** USA: John wiley, & Sons,Inc., Hoboken, New Jersey.

Richard, G and Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*. ATLAS News, no 23.

Unesco World Heritage Center. (1992). *Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns***.** Retrieved January 10, 2016, from http://whc.unesco.org/en/list/574

Westlake, J. (1999). *Tourism and Hospitality Research*. Bournemouth: Bournemouth University.