

แนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Creating Approach of an Application for Creative Tourism Route in Chaiya district, Suratthani province

วริศรา สมเกียรติกุล¹, กมล เรืองเดช² และ บุญฤกษ์ บุญคง³
Waritsara Somkeatkun, Kamon Ruengdet and Boonrirk Boonkong

Received: March 18, 2019
Revised: June 7, 2019
Accepted: June 11, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จำนวน 600 ราย โดยใช้แบบสอบถาม สังกัด และสถิติเชิงพรรณนาในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษาภูมิลำเนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ประมาณ 1-5 ครั้งต่อปี โดยมากกับเพื่อนในวันเสาร์-อาทิตย์ ในลักษณะ มาเช้ากลับเย็น กิจกรรมที่ชอบคือ ถ่ายรูป ให้อาหารและรับประทานอาหาร ความพึงพอใจในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยาสามารถจำแนกได้ 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางสายอาหาร เส้นทางสายธรรมชาติ เส้นทางสายพระพุทธศาสนา และเส้นทางสายประเพณีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ สำหรับแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดทำโปรแกรมประยุกต์ดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยควรนำเสนอข้อมูลที่ตั้ง ช่วงเวลาการให้บริการ ระยะเวลา และโปรแกรมนำทาง ขณะเดียวกันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อน ญาติ และคนทั่วไปใช้โปรแกรมประยุกต์ดังกล่าว และเห็นควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบผ่านทาง Facebook และ website ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ / เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ / พฤติกรรมนักท่องเที่ยว / อำเภอไชยา

Abstract

The creating approach of an application for creative tourism route in Chaiya district, Suratthani province. The purpose of this study was; to study the behavior and satisfaction of tourists in Chaiya district, Suratthani province, to offer a creative tourism route and to create approach of an application for creative tourism route. The target group is a tourist in Chaiya District, 600 persons. The questionnaire, observation and descriptive statistics were used to

¹ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
² ดร. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม
³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

collect and analyze data. The results showed that most of the samples were female, age 21-40, bachelor's degree, student, living in Suratthani, come to relax by their own car, travel around 1-5 times a year, come with friends on weekend, one day trip, activities like taking pictures, paying homage and eating. The satisfaction on traveling was at a high level. Chaiya's creative tourist routes can be classified into 4 routes; Food route, Natural route, Buddhist route and Tradition and Culture and History route. For the creating approach of an application for creative tourism route found that the majority agreed that the location information, duration, service distance and navigation software should be presented in the application. Most respondents will recommend friends, relatives and people to use the application. They also suggest that it should be promoted through Facebook and the website of the relevant offices.

Keywords : Creative Tourism / Creative Tourism Route / Tourist Behavior / Chaiya District

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยให้ความสำคัญ ผลักดันและสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้านต่างๆ อย่างมากซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่น ป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจึงส่งผลต่อนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเศรษฐกิจในท้องถิ่น ตลอดจนการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมถิ่นนั้นๆ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายได้และสร้างรายได้ให้ชุมชน

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นที่ตั้งของเมืองเก่าศูนย์กลาง

ของเมืองศรีวิชัยโดยมีหลักฐานแสดงถึงการตั้งรกราก และเส้นทางสายไหมในพื้นที่อ่าวบ้านดอน และเจริญรุ่งเรืองจนเป็นอาณาจักรศรีวิชัย ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานสำคัญภายในจังหวัดจำนวนมากโดยเฉพาะอำเภอไชยาเป็นอำเภอที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และเชื่อกันว่าเคยเป็นที่ตั้งของอาณาจักรศรีวิชัยในสมัยโบราณ โดยมีหลักฐานทั้งโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมาก จากลักษณะภูมิประเทศ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของเมืองไชยา วิถีชีวิตของคนในชุมชนส่งผลให้อำเภอไชยาเป็นอำเภอที่มีความหลากหลายในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว อีกทั้งอำเภอไชยามีแหล่งท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวรวมถึงการคมนาคมในการเดินทางสู่อำเภอไชยาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสะดวกสบายและสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้อำเภอไชยายังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอไชยาก่อให้เกิดประสบการณ์ การเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี แต่ในทางกลับกันปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไชยาเป็นเพียงแค่ว่าผ่านไป โดยนักท่องเที่ยวไม่ได้มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่จะบอกรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเป็นการเยี่ยมชมที่มีได้มีการเรียนรู้ สัมผัสและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดจากการสร้างมูลค่าจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริงจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ หากได้มีการจัดทำแอปพลิเคชันเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งจะส่งผลให้การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในลำดับต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้เป็นที่

รู้จักแพร่หลายแก่นักท่องเที่ยว โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนให้เกิดเข้มแข็งและยั่งยืน ต่อไป การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีรายละเอียดที่จะนำเสนอตามลำดับ ได้แก่ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards and Raymond (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยว ในรูปแบบการทำให้ผู้มาเยือนมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและเกิดประสบการณ์การเรียนรู้

พันเอกนลินศักดิ์ ภักดีแสงศิลป์ (2000) ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนและอัตลักษณ์ของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรงที่สร้างขึ้นร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมด้วยโอกาสที่จะใช้ชีวิตกับเจ้าของสถานที่เหล่านั้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนในสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เป็นเพียงชุมชนที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

Binkhorst (2006) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมเช่นวิถีชีวิตและความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนดังนั้นในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้ความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน

Richards (2010) ได้สรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.2 ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards (2010) กล่าวว่า ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการคือ

1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวด้านการทอดผ้าพื้นเมืองของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอดผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากกิจกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหารเป็นต้น

2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโก ประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่าประสบการณ์ เช่น เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguiole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแสดงผลงานศิลปอนุสาวรีย์ต่างๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนใน

ท้องถิ่นอย่างแท้จริง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ เช่น การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้และการทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ เป็นต้น

6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมืองจึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหารวิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

1.3 รูปลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Greg Richard (2010) กล่าวว่า รูปแบบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 2 ลักษณะคือ 1) ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว 2) ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว รูปแบบแรกจะเป็น สิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้นๆ แต่ปัจจุบันการนำเอาการสร้างสรรค์มาเป็นฉากหลังของการท่องเที่ยวหรือการสร้างบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเสน่ห์เพิ่มขึ้น อาทิเช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ของเมืองซานตาเฟ เมืองซึ่งได้รับการประกาศโดยยูเนสโกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านศิลปหัตถกรรม ซึ่งมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเรียนรู้อบรมเรื่องเกี่ยวกับการปั้นหม้อดินเผา หลักสูตรการทำอาหารพื้นเมือง หรือการทำเครื่องรางพื้นเมืองที่พิพิธภัณฑสถานศิลปะพื้นเมือง มีความหลากหลายของรูปแบบประสบการณ์ที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเข้าร่วม นับตั้งแต่การซื้อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในพื้นที่ไปจนถึงการเข้าชม-ชิม รวมทั้งการเรียนรู้ทักษะทางด้านในพื้นที่ท่องเที่ยว

1.4 รูปแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รูปแบบของประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้ เช่น

การทอผ้า การปั้นเครื่องสังคโลก สามารถใช้รูปแบบของกิจกรรมมาช่วยในการจัดการอบรม

การชิมอาหารท้องถิ่น ขนม หรือการทำเหล้าองุ่น เหล้าพื้นบ้านก็สามารถจัดให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ผ่านการเข้าร่วมการชิมไวน์ เหล้าพื้นบ้าน ขนม พร้อมกับให้ความรู้ควบคู่ไปกับการลงมือปฏิบัติการเยี่ยมชม แทนที่จะเป็นการเดินทางเข้าไปชมเฉพาะจุด ก็จัดให้เป็นการเยี่ยมชมตามเส้นทาง เช่น เส้นทางเที่ยวสวน เส้นทางชนบททางตอนใต้ของฝรั่งเศส หรือเส้นทางถนนพระร่วง การซื้อของก็สามารถปรับกิจกรรมดังกล่าวไปสู่รูปแบบประสบการณ์ของการเดินทางตามแกลเลอรี หรือการเยี่ยมชมตามห้างสรรพสินค้า

Crispin Raymond (2003) กล่าวถึงแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourist) ไม่ใช่เป็นบุคคลที่บริโภคการท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่เป็นนักท่องเที่ยวที่กระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของประเทศหรือชุมชนที่เข้าไปท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชม เช่น นักท่องเที่ยววัฒนธรรมจะสนใจการเยี่ยมชมห้องทำงานหรือโรงงานเซรามิค แต่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สนใจที่จะเรียนรู้และลงมือปั้นเซรามิคด้วยตนเอง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จึงเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของโลก ปัจจุบันที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสนทนา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยในเรื่องของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรม นอกเหนือที่จะเป็นการเสริมแรงให้มีการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้วยังเป็นการช่วยส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดที่จะนำเสนอตามลำดับ ได้แก่ ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง

ท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1) ความเร็ว นักท่องเที่ยวต้องการใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่ต้องตื่นแต่เช้าเพื่อเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่ห่างไกล

2) ความง่าย นักท่องเที่ยวต้องการความง่ายต่อการปฏิบัติในสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือทางหนึ่งทางใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น รายการอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงและบริโภคไม่ยุ่งยาก นักท่องเที่ยวไม่มีเวลารอคอย ผู้ผลิตจึงต้องตอบสนองภาวะความง่ายในการปฏิบัติดังกล่าว เช่น อาหารจานด่วน อาหารจานเดียว เป็นต้น

3) ความหลากหลาย นักท่องเที่ยวต้องการมีทางเลือกที่มีมากกว่าทางเดียวหรือแบบเดียว เช่น ตัวสินค้าและบริการ ในอดีตนักท่องเที่ยวจะทราบข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น ข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์ เป็นต้น

2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Analysis of the behavior of tourists) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มหรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยว คำถามที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคือ 5Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What Why Who When Where และ How (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552 ; จิรวุฒิ หลอมประโดนและเอกภพ มณีนารถ, 2553 ; นางลักษณีสุทัศน์วิบูลย์, 2556 ; วดีนิ นวฤทธิศวิน, 2556)

1) What แหล่งที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการผลิตภัณฑ์ (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น รูปแบบ ตราสินค้า บริการ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์หรือลักษณะนวัตกรรม เป็นต้น และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) เช่น การบริการพนักงานและภาพลักษณ์ เป็นต้น

2) Why เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว

เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา

3) Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ท่องเที่ยว และผู้ไปท่องเที่ยว

4) When ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการท่องเที่ยวเช่น ช่วงเดือนใด หรือฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น

5) Where ท่องเที่ยวที่ไหน เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว หรือใช้บริการเพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

6) How ท่องเที่ยวอย่างไร เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจท่องเที่ยวและความรู้ภายหลังการท่องเที่ยว

3. ทฤษฎีและแนวคิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านบริการ ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการบริการคือการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไปมีผู้ให้ความหมายและคำนิยามไว้หลากหลายไว้ ดังนี้

ความพึงพอใจ คือ อารมณ์ความรู้สึกไม่ว่าจะเป็นความประทับใจหรือไม่ประทับใจภายหลังการใช้สินค้าและบริการ โดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ การวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นกิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินผลการสนองความต้องการลูกค้าว่าสิ่งที่ตอบสนองนั้นเป็นไปตามความต้องการหรือเหนือความคาดหวังจนเป็นที่พึงพอใจลูกค้าหรือไม่ (นภดล ร่มโพธิ์ 2554) ความพึงพอใจของลูกค้า คือ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวกมีความประทับใจหรือมีความรู้สึกที่ดี ซึ่งความประทับใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สามารถแสดงออกได้จากการทำทางและพฤติกรรม โดยความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ได้รับจากการสัมผัสจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละบุคคล (วรพร ฉายกี, 2556)

ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับ

สภาพแวดล้อมที่ได้รับแล้วทำให้เกิดความรู้สึก เช่น ไม่พอใจ พอใจ เป็นต้น โดยความรู้สึกของแต่ละคนอาจจะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ (ประคอง พานิชกุล, 2553)

กิตติธัช อิมวัฒน์กุล (2553) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการของแต่ละคน โดยการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการทำได้หลายวิธี อาทิ

1) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการสามารถแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ โดยให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ เช่น สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ ลักษณะของการให้บริการ เป็นต้น

2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง

3) การสังเกต เป็นวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรับบริการและหลังจากการรับบริการ เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาใช้บริการ เป็นต้น ผู้วิจัยจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน

จากข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความประทับใจหรือไม่ประทับใจในบริการที่ได้รับโดยลูกค้า ซึ่งแต่ละคนจะมีความพึงพอใจที่ต่างกัน ความพึงพอใจนั้นเกิดจากการเปรียบเทียบว่าสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อเสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เครื่องมือวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ (จำนวน 10 ราย ได้แก่ เจ้าหน้าที่เทศบาล และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล) ภาคเอกชน (จำนวน 5 ราย ได้แก่ ตัวแทนร้านค้าชุมชน และผู้ประกอบการในชุมชน) และภาคประชาชน (จำนวน 10 ราย คือ แกนนำ ปราชญ์ และผู้รู้ในชุมชน) เพื่อทำ Focus group เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีการแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane Non-probability Sampling ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ณ ระดับค่าคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ราย สำหรับศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม จำนวน 200 ราย สำหรับเสนอแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. เครื่องมือวิจัย

2.1 การทำ Focus group สำหรับเสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ราย และเก็บข้อมูลแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 200 ราย

2.3 การสังเกต (Observation) และการบันทึกภาพถ่าย สำหรับใช้อธิบายกิจกรรมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยประสานนักวิจัยท้องถิ่นเพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน

400 ราย

3.2 ผู้วิจัยได้ทำ Focus group กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 ราย เพื่อเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.3 ผู้วิจัยลงพื้นที่ เพื่อทดสอบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

3.4 ผู้วิจัยประสานนักวิจัยท้องถิ่นเพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามแนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 200 ราย

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 54.85) โดยมากใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ในการเดินทาง (ร้อยละ 67.50) และส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 1-5 ครั้ง (ร้อยละ 42.83) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 51.00) วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุด (ร้อยละ 51.00) ขณะเดียวกันพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจะมาท่องเที่ยวในลักษณะมาเช้ากลับเย็น (ร้อยละ 81.25) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 47.00) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 29.52) กิจกรรมที่ทำหรือคาดหวัง จะทำในระหว่างการท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป (ร้อยละ 25.77) รองลงมา คือ ไหว้พระทำบุญ (ร้อยละ 23.18) โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 21-40 ปี ชอบกิจกรรมถ่ายรูปมากที่สุด รองลงมา คือ ไหว้พระทำบุญ และรับประทานอาหารในกลุ่มอายุ 21-40 ปี และกลุ่มอายุ 41-60 ปี และสูงกว่า 60 ปี กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ คือ ไหว้พระทำบุญ (ร้อยละ 2.16) ขณะเดียวกันพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว โดยเลือก

ซื้อประเภทอาหารในทุกช่วงอายุ รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางทะเล

สำหรับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ร้อยละ 36.40) รองลงมา คือ ด้านที่พัก (ร้อยละ 3.54) และด้านราคาสินค้า/ค่าบริการ (ร้อยละ 3.47) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 3.35) ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่จากการเดินทางท่องเที่ยว คือ ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ รองลงมา เป็นปัญหาด้านราคา ค่าบริการต่างๆ

2. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอีกหนึ่งอำเภอของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สินค้าพื้นเมือง ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ มากมายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผลจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวโดยการทำ Focus group กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 4 เส้นทางที่มีความใกล้เคียงกัน ดังนี้

- 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สายอาหาร ได้แก่ ขนมจิ้ง ไข่เค็มไชยา ผัดไทยไชยา ข้าวเหนียวกวน ปลาตุ๋น ร้า ขนมกรุป ข้าวเพื่อสุขภาพ และลอดช่องใบเตย
- 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สายธรรมชาติ ได้แก่ เกาะเสร็จ สยามน้ำพุร้อน และป่าพรุชุม
- 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สายพระพุทธศาสนา ได้แก่ วัดจำปา วัดพระประสงฆ์ วัดอุบล วัดพุมเรียง สวนโมกขพลาราม และวัดพระบรมธาตุไชยา
- 4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สายประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ได้แก่ ตลาดเช้าพุมเรียง ผ้าไหมพุมเรียง สวนสาธารณะแหลมโพธิ์ โบราณสถานวัดหลง พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านเมืองไชยา และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา

3. แนวทางการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ของอำเภอไชยาเพียง

ไม่กี่แห่งเท่านั้น ได้แก่ สวนโมกขพลาราม พระบรมธาตุไชยา และแหลมโพธิ์ ขณะเดียวกันยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากทราบแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอไชยาจากอินเทอร์เน็ต เช่น Google มากที่สุด (ร้อยละ 24.54) รองลงมา คือ จากเพื่อน (ร้อยละ 29.96) และญาติ (ร้อยละ 20.32) และสอบถามจากคนในพื้นที่ (ร้อยละ 14.34) สำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 เส้นทาง ใกล้เคียงกัน คือ เส้นทางสายธรรมชาติ (ร้อยละ 35.01) เส้นทางสายศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 24.65) เส้นทางสายพระพุทธศาสนา (ร้อยละ 23.25) และเส้นทางสายอาหาร (ร้อยละ 17.09) โดยเส้นทางสายธรรมชาติและสายศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 42.40 และร้อยละ 46.59 ตามลำดับ) ขณะที่เส้นทางสายพระพุทธศาสนาและสายอาหารได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 46.98 และร้อยละ 45.90 ตามลำดับ)

สำหรับความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.57 โดยนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้นในระดับมาก ร้อยละ 80.50 และหากนักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอไชยามากขึ้นในระดับมาก ร้อยละ 77.00 และหากมีการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการดาวน์โหลดโปรแกรมประยุกต์ คิดเป็นร้อยละ 95.50 และมีความเห็นว่าจะไม่ควรมีการเก็บค่าบริการ ดาวน์โหลดโปรแกรมประยุกต์ คิดเป็นร้อยละ 81.50 สำหรับความต้องการให้โปรแกรมประยุกต์ดังกล่าวนำเสนอข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้มีการเสนอข้อมูลที่ตั้งรองลงมา เป็นช่วงเวลาการให้บริการ และระยะทาง รวมทั้งโปรแกรมนำทาง ตามลำดับ กรณีที่มีการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.60 และมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.50 โดยมีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้เพื่อน ญาติ และคนทั่วไปใช้โปรแกรมประยุกต์นี้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.50

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นด้วยกับการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ผ่านช่องทาง Facebook ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.84 รองลงมา เป็นช่องทาง Website ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 36.81 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางในการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยได้สรุปประเด็นสำคัญนามาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 54.85) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอไชยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของพระเวียงชัย แก้ววงศ์ษา และคณะ (2558) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก สำหรับพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาที่อำเภอไชยา คือ รถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้เนื่องจากรับจากการคมนาคมสะดวก ตลอดจนนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น อาทิ ที่ตั้งเส้นทางการเดินทางหรือที่ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริณดา ลาปะ (2558) พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล สำหรับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เพื่อน รองลงมา คือ ครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมากับเพื่อนในวันหยุดหรือครอบครัว พามาเที่ยว สำหรับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ รองลงมา คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล เนื่องจากเป็นวันที่ว่างจากการทำงานหรือภารกิจอื่น ซึ่งทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยว

เที่ยวเพื่อการพักผ่อนได้มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ
สามารถ ปิติพัฒน์ และกฤษฎาภรณ์ นอนงคาย (2556) ได้
ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอ กุมภวาปี จังหวัด
อุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวในวันหยุด
สุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และวันหยุดนักขัตฤกษ์ นัก
ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางแบบมาเช้ากลับเย็น สำหรับ
ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวในอำเภอไชยา น้อย
กว่า 1,000 บาท ซึ่งถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับการเที่ยวใน
สถานที่อื่น เนื่องจากอำเภอไชยาเป็นอำเภอที่มีค่าครองชีพ
ไม่สูงมากนัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบสถานที่ท่องเที่ยว
ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมา คือ วัด
ศาสนสถาน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำในระหว่างการ
ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถ่ายรูป รองลงมา คือ ให้อาหาร/ทำบุญ
และซื้อสินค้า/ของที่ระลึก ส่วนใหญ่ประเภทอาหาร เช่น ไข่
เค็มไชยา ขนมจิ้ง ไข่ต้มกรอบ ผัดไทยไชยา ความความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวม
อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน โดยกิจกรรม
ที่ชอบมากที่สุด คือ การถ่ายรูป รองลงมา คือ ให้อาหาร
ทำบุญ และการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก

ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยว พบว่า ปัญหา
ส่วนใหญ่จากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ เป็นปัญหาด้าน
ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ รองลงมา เป็นปัญหาด้าน
ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ

2. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี

การเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ
อำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี พื้นที่ศึกษาประกอบด้วย
9 ตำบลในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นอำเภอ
ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานและเชื่อกันว่าเป็นที่ตั้งของ
อาณาจักรศรีวิชัยในสมัยโบราณ โดยมีหลักฐานที่สำคัญทั้ง
โบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมากอำเภอไชยาเป็น
อำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อม
ในทุกๆ ด้าน ตลอดจนความสะดวกและการมีกิจกรรมให้
นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ร่วมกับชาวบ้าน ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูด
ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงาน
วิจัยของภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จานงศรี (2555)
กล่าวว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลง
ไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับการกิจกรรม
การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว กอปรกับประเทศไทย
มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาสนี้
จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม
สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือว่าเป็น
เรื่องใหม่ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว
และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยว
กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ศักยภาพของ
ประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตาม
กรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า
ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนา
รูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง
การศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยว
ในรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจนและเป็นที่รู้จักอย่าง
กว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ซึ่งสามารถนำมาสู่การสร้างรายได้ให้กับประเทศและการ
พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนและกระบวนการในรวบรวม
และวิเคราะห์ข้อมูลในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ดังนี้

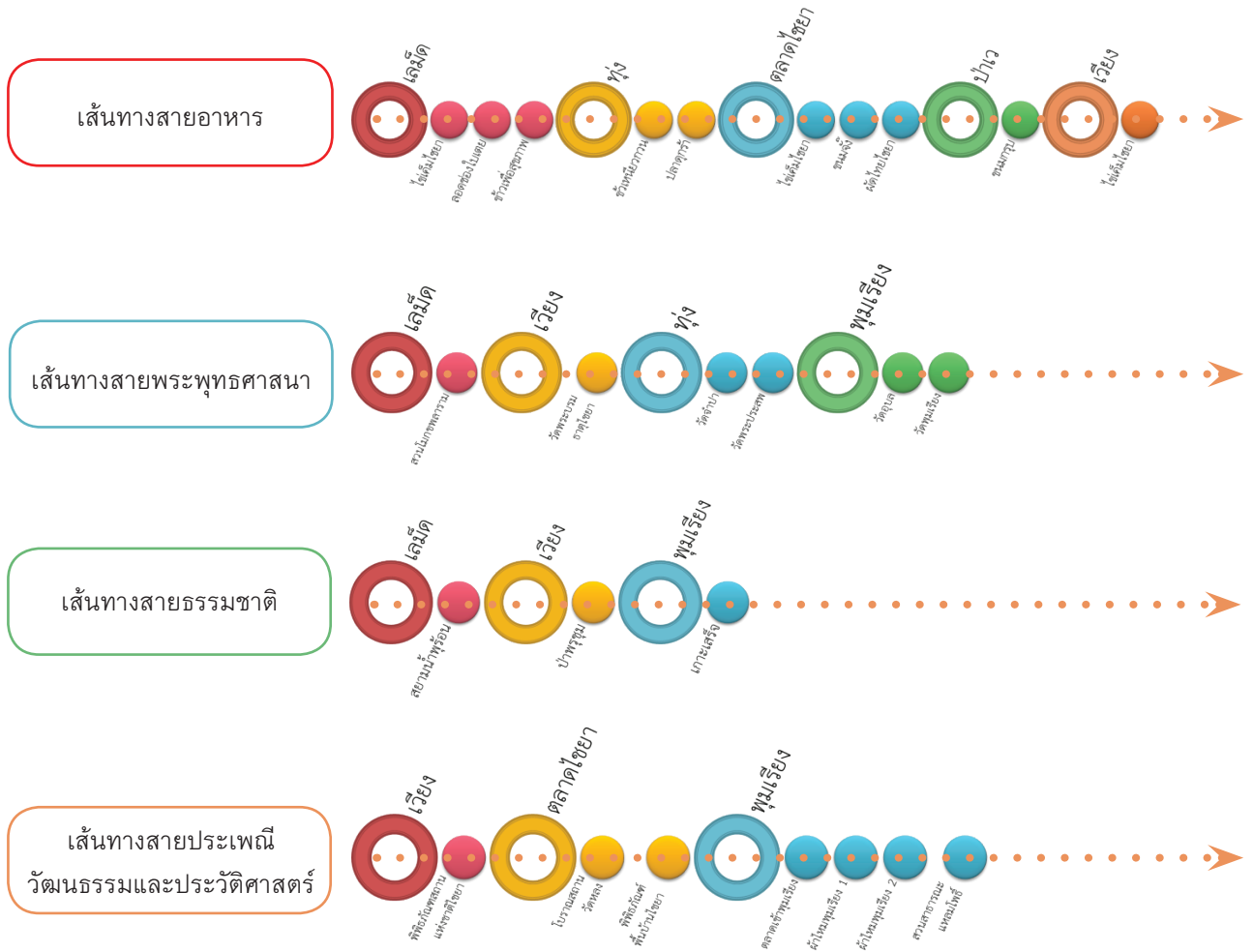
2.1 จัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้
วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้นจากเว็บไซต์
ต่างๆ รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประชุม
กลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประ
ชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อได้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว
ต่างๆ ทั้ง 9 ตำบลของอำเภอไชยาจากนั้นคัดเลือกแหล่ง
ท่องเที่ยวจากตำบลต่างๆ ของอำเภอไชยาที่มีศักยภาพ
ทำการรวบรวมเพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนาม

2.2 ลงพื้นที่เพื่อทำ Focus group กับตัวแทนภาค
ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน
ในพื้นที่ พร้อมทั้งสำรวจ เก็บข้อมูล และบันทึกภาพแหล่ง
ท่องเที่ยวต่างๆ หลังจากนั้นจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามในรูปแบบ
ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Database) และจัดทำฐาน
ข้อมูลเชิงคุณลักษณะ (Attribute Database) ได้แก่ ชื่อ
สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม
ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ และภาพของแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.3 เสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย
จัดทำแบบสรุปข้อมูลสำคัญและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว
สามารถมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละ
เส้นทาง และจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย

พิจารณาจากประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมีจำนวนทั้งหมด 4 เส้นทาง จำนวน 26 สถานที่ ได้แก่ เส้นทางสายอาหาร (จำนวน 10 สถานที่) เส้นทางสายธรรมชาติ (จำนวน 3) สถานที่ เส้นทางสายพระพุทธร

ศาสนา (จำนวน 6 สถานที่) และเส้นทางสายประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (จำนวน 7 สถานที่) รายละเอียดปรากฏตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. แนวทางในการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้จำลองเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นพร้อมได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 ราย ถึงแนวทางในการจัดทำโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอไชยาเพียงไม่กี่แห่ง

ขณะเดียวกันพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากทราบแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอไชยาจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 24.54) สำหรับความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยาภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก (ร้อยละ 60.57) หากมีการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการดาวน์โหลดโปรแกรมประยุกต์ (ร้อยละ 95.50) และไม่ควรมีการเก็บค่าบริการ สำหรับความต้องการโปรแกรมประยุกต์ (ร้อยละ 81.50) ควรนำเสนอข้อมูลที่ตั้ง (ร้อยละ 14.88) รองลงมาในช่วง

เวลาการให้บริการและระยะทาง (ร้อยละ 13.30) รวมทั้งโปรแกรมนำทาง (ร้อยละ 13.02) ตามลำดับ กรณีมีการจัดทำ Mobile Application เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก (ร้อยละ 51.60) โดยมีความคิดเห็นว่า จะแนะนำให้เพื่อน ญาติ และคนทั่วไปใช้โปรแกรมประยุกต์นี้ในระดับมาก (ร้อยละ 54.50) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่าควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ Mobile Application เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา ช่องทาง Facebook หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากที่สุด (ร้อยละ 39.84) รองลงมา เป็นช่องทางเว็บไซต์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 36.81) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิรา จันทรปทุม พิเชษฐ จันทรปทุม และแพรวตะวัน จารุตัน ที่ว่า โมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงข้อมูลสถานที่ ระบุตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้งานแสดงข่าวประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ และค้นหาข้อมูลสถานที่ได้

4. ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังรู้จักเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลักๆ ของอำเภอไชยาเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น เช่น พระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม และแหลมโพธิ์ ดังนั้น ทุกภาค

ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนควรช่วยกันรณรงค์เรื่องการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมต่างๆ หรือจัดกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. จากข้อมูลการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอไชยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจใน Mobile Application เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นควรมีการจัดทำ Mobile Application ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์ควรตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งอาจต้องมีการสำรวจความต้องการกับนักท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนการจัดทำโปรแกรมประยุกต์ ขณะเดียวกันควรมีการปรับปรุงข้อมูลในโปรแกรมประยุกต์ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

3. ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในครั้งนี้ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อทบทวนและปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจรวมถึงการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มเติม ทั้งนี้ควรดำเนินการโดยชุมชนเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง

เอกสารอ้างอิง

กิตติธัช อิมวัฒนกุล. (2553). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (การบริการงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จิรวุฒิ หลอมประโดน และเอกภพ มณีนารถ. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้ากับร้านสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ.

ทูนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสยาม.

นงลักษณ์ สุทัศน์วิบูลย์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาโอ่งมังกรราชบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 7:2.

นภดล ร่มโพธิ์. (2554). การวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 20-21.

ประคอง พานิชกุล. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

- ชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ปรินญาณินพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย. 4(1): 30-45.
- พระเวียงชัย แก้ววงศ์ษา และคณะ. (2558). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พินเอกนลินศักดิ์ ภัคดีแสงศิลป์. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี 2559. นโยบายท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.
- ภยมณี แก้วสง่าและนิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุนารี. 6(1): 91-109.
- วรพร ฉายกี. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วศินี นวฤทธิศวิน. (2556). การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 2(1): 25-36.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ Marketing Management. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Diamond In Business World.
- สามารถ ปิติพัฒน์ และ กฤษฎา ณ หนองคาย. (2556). ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงอำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 9 (3): 242-261.
- สุธิรา จันทร์ปทุมพิเชนทร์ จันทร์ปทุมและแพรวตะวัน จารุตัน. (2560). การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 4(2):114-120
- Binkhorst, E. (2006). The Co-Creation Tourism Experience [On line]. Available: http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.df.
- Crispin Raymond (2003). Case Study-Creative Tourism New Zealand. Published at www.fuel4arts.com.
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Cultural Events [On – line]. Available: <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>
- Richards, G. (2010). EUROTEx: Trans-national Partnership Linking Crafts and Tourism. In: World Tourism Organization (ed.) Joining Forces – Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism. UNWTO: Madrid, 83-89.
- Richards and Raymond (2000). Case Study-Creative Tourism New Zealand. Published at www.fuel4arts.com. September, 2003.
- Yamane, Taro. (1967). Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition, and New York: Harper and Row.