



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา
Phanomwan College of Technology
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์ (Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์ ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรรัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภาสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สวงชม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นิตยา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาร์ ธารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญอักษรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วรัชพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสติด | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชร | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสฮินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฟารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ล้อมมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: วิคหัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

The Meaning Format and Marketing Strategy of Creative Tourism
Case Study: Vic Hua Hin, Hua Hin District, Prachuapkhirikhan Province

จิรญา ศรีรัตน์* มนัสสินี บุญมีศรีสง่า**

Jiranya Srirat* Manassinee Boonmeesrisa-nga**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการให้ความหมายรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ศึกษากลยุทธ์การตลาด และ 3) ศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของวิคหัวหิน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย จำนวน 20 คนเป็นผู้บริหาร พนักงาน และนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการนำสิ่งที่มีอยู่มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ โดยการพัฒนาจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสิ่งที่มีและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ พัฒนาโดยการใช้ศิลปะให้เกิดการสร้างสรรค์ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจได้มีการนำเสนอประสมทางการตลาด 7P's นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาที่พบมาก คือ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แนวทางแก้ไขปัญหาคือ ขอความช่วยเหลือจากครูหรือพนักงานบางท่านที่มีทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ / การให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ /
กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว

*นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Abstract

The objective of this research attempted to: 1) Study the meaning format of Creative Tourism. 2) Study the Marketing Strategies. And 3) Study the problem and approach to the problem. This research was qualitative research, using interviews as research tools. The findings from 20 people by the Manager, employees and tourists. From the study found that the format of Creative Tourism bringing existing adapted to new things by the development will be in the same direction with what was available and environmental around, developed using arts cause creative. Business Strategies have the Marketing Mix Strategy 7P's used in the conducting business. The problem is the use of English to communicate with foreign tourists. The solution is to request help from teachers or some of employees have the skills to communicate in English.

Keywords: Creative Tourism / The Meaning / Marketing Strategy



บทนำ

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่เติบโตขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีความก้าวหน้าทางด้านการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวถือเป็นอีกด้านหนึ่งที่สำคัญ มีการพัฒนาให้เกิดความสะดวก รวมถึงการบริการ การเลือก การเดินทางจนกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีธุรกิจอื่นร่วมด้วย เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก การขนส่ง เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน มีส่วนช่วยในการตอบสนองความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทำให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ปัจจุบันการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นในทุกมุมโลก การเดินทางสะดวกสบาย ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมาก และมีหลายกลุ่มหลายประเทศ เกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ตามมา เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จากการเจริญเติบโตด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการแข่งขันกันสูง ทั้งในด้านธุรกิจสายการบิน

เกิดสายการบินต้นทุนต่ำ พร้อมบริการที่ได้คุณภาพหรือที่พักราคาถูก ได้มีการพัฒนาเพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันและพร้อมสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ "วิกหัวหิน" ที่เป็นศิลปะสถานเพื่องานศิลป์และการละครแห่งใหม่ ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรม การแสดง การละคร และงานศิลปะเป็นอีกสถานที่ที่ประสบความสำเร็จและยังเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ คือ รูปแบบ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" เน้นกิจกรรมที่แปลกใหม่ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมบริเวณนั้น มีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่หลากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างเริ่มให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นใน ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวถูกพัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (เวอบาเกอร์, 2010 อ้างถึงใน ริชาร์ด และ เรย์มอนด์, 2000) (ปิ่นรุ้ง ชินโชติ, 2559) ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดของการท่องเที่ยว รวมทั้ง วิกหัวหินจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการและกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

วัตถุประสงค์ ก่อให้เกิดความสำเร็จและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักท่องเที่ยว โดยกลยุทธ์ที่ใช้เป็น กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ เน้นกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (มิต เดิล ทัล , 2002) มีการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด กำหนดวิสัยทัศน์วัตถุประสงค์รวมทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การอบรมพัฒนาพนักงาน ขึ้นอยู่กับแต่ละองค์การธุรกิจกำหนด

ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมให้ธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่น ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ และมีส่วนช่วยในเรื่องของการตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการกำหนดราคาเพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ดังที่กล่าวมานั้นล้วนมีส่วนช่วยให้ธุรกิจขับเคลื่อนไปในทางที่ดีขึ้น และมีความก้าวหน้าในการประสบความสำเร็จ จึงนับได้ว่าที่วิกหัวหินเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่ง ที่มีการนำทรัพยากรท้องถิ่นและความสามารถขององค์กรมาใช้ให้เกิดเป็นกิจกรรมหลากหลายและแปลกใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิกหัวหิน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดของวิกหัวหิน
3. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของวิกหัวหิน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย (ริชาร์ด และ เรย์มอนด์) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว จากคำนิยามนั้นผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น (ริชาร์ด และ เรย์มอนด์, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือรูปแบบของประสบการณ์



ในการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ โดยการ
ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด
(สมิธ, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการใช้
ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่
เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่น
การเดินป่า การร้องเพลง งานฝีมือ
การทำอาหารศิลปะงานเทศกาล เป็นต้น

ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
เป็นลักษณะเชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่ม
คุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้
แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้น ๆ สร้าง
นวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ
ท้องถิ่น ใหม่ ๆ ได้ (โรมาน่า, 2013) โดยจะ
ไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวใน
รูปแบบอื่นที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะจับ
ต้องได้ หากถูกใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมด
สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไป ดังนั้นในการศึกษา
ที่จะพัฒนาสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว
สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และ
สามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้
นั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งใน
แนวคิดที่จะต้องตระหนักถึงลักษณะเฉพาะ
ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถ
แสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะ
ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประกอบด้วย 6 ประการได้แก่
(ริชาร์ด, 2010) (ปิรันธ ชิน-โชติ, 2559)

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่ม
ทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนา
ทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้
จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมใน
กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะได้
ทักษะเพิ่มเติมจากการมีส่วนร่วมในการร่วม
ลงมือทำในกิจกรรมต่าง ๆ

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้า
หลักคือ "ทักษะและประสบการณ์
ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรม
การท่องเที่ยว" ประสบการณ์จะกลายเป็น
สินค้า โดยที่ไม่เบียดเบียนทรัพยากร
จากธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อมาเป็น
สินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยน
จากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่
จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่
จับต้องไม่ได้ แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และ
ทักษะ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทน
ที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยน
จากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่
สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน โดยที่
นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ชุมชน
สามารถใช้วิถีชุมชนที่เกิดขึ้นใน



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ชีวิตประจำวันนำเสนอเป็นสินค้าทางการ
ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ส่งผลให้
วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน
ต่อไป

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิด
โอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำ
กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น
สามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่
ๆ ให้แก่ทั้งชุมชนและตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมี
ความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากร
การท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับ
แหล่งท่องเที่ยว แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิตและ
วัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์
และพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
นำเสนอให้นักท่องเที่ยว และเกิด
ประโยชน์จาก การท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผล
ให้เกิดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชน
และชุมชนจะรักษาไว้สืบต่อไป

กรอบแนวคิด

ส่วนผสมทางการตลาด

(7P's)

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion
5. Physical evidence
6. People
7. Process



กลยุทธ์ที่นำไปสู่การ
ดำเนินงานของวิสาหกิจ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
ในครั้งนี้ คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยเลือก
สัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลคือผู้บริหาร
1 คน พนักงาน 4 คน และนักท่องเที่ยว
15 คน โดยผู้วิจัยเลือกลงศึกษาพื้นที่ศึกษา
ข้อมูลเป็นกรณีศึกษาที่วิสาหกิจ เนื่องจาก
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับ
ความสนใจมากในปัจจุบัน



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้คิด
แนวคำถามที่ต้องการ เพื่อใช้สำหรับเป็น
แนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

2. เครื่องมืออื่น ๆ ได้แก่ 1) โทรศัพท์
iPhone 4 ใช้บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์
2) กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้สำหรับเก็บภาพ
บรรยากาศของสถานที่

3. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำวิธีตรวจสอบข้อมูลแบบ
สามเส้า (Methodology Triangulation) มา
ใช้ เพื่อความแม่นยำของข้อมูล (Validity)
และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูล
โดยเริ่มจากรูปแบบการรวบรวมข้อมูลใน
หลากหลายวิธี ทั้งการเก็บข้อมูล
แบบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการ
สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและนำมา
ประกอบการแปลความหมายร่วมกับการ
ถอดเทป iPhone 4 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับ
ความเป็นจริง รวมถึงเพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นมี
ความน่าเชื่อถือมากที่สุด จึงได้มีการ
ตรวจสอบสามเส้าด้านต่าง ๆ ดังนี้
(สุภางศ์ จันทวานิช, 2539) (ปรีณธ์ ชินโชติ,
2559)

1. การตรวจสอบแหล่งข้อมูล
(Data Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ
แหล่งที่มา 3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และ

บุคคล ซึ่งการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจะ
ดำเนินการสร้างกรอบตารางกำหนดการใน
การเก็บข้อมูลในห้วงเวลา และสถานที่
ที่ต่างกัน รวมถึงการใช้บุคคลที่ต่างกันใน
การเก็บข้อมูล และบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูล
นั้นมาจากกลุ่มบุคคลที่มาจากหลายฝ่าย
แต่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
ของ วิถีหัวหิน เป็นต้น

2. การตรวจสอบด้านทฤษฎี
(Theory Triangulation) โดยการตรวจสอบ
ว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีไม่ต่างไป
จากเดิม รวมถึงการตีความข้อมูลที่ไม่
แตกต่างกันจากทฤษฎี
(พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2011)

3. การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล
(Methodology Triangulation) ตรวจสอบ
ข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธี
ด้านเอกสาร สัมภาษณ์ลักษณะเจาะลึก
รวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย
เชิงคุณภาพนั้น ได้วิเคราะห์ในลักษณะ
พรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)
เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำ
ข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่ารูปแบบและ
กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ในวิถีหัวหิน ในมุมมองของผู้ที่



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของวิสาหกิจอย่างไร รวมถึงรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ควรจะเป็นในวิสาหกิจนั้นควรมีรูปแบบการจัดการอย่างไร (ปรีณัฐ ชินโชติ, 2559)

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษาค้นคว้าตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559 ถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าวิสาหกิจมีแนวทางในการดำเนินงานในรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีกิจกรรมที่จัดขึ้นจากความคิดที่มาจากทรัพยากรท้องถิ่น และเป็นกระบวนการในการเรียนรู้จากกิจกรรมเหล่านั้น ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นเศรษฐกิจที่พัฒนาได้อย่างรวดเร็วและมีความหลากหลายและยังคงเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน แต่ด้วยสภาพทางการแข่งขันของเศรษฐกิจที่สูงขึ้นทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาความหลากหลายต่าง ๆ กล่าวคือข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างผลกระทบทำให้เกิดการแข่งขันและประเภทของการท่องเที่ยวมาก ทำให้ธุรกิจนั้นมีการ

นำเข้าง่ายออกง่ายเช่นกัน กรณีวิสาหกิจตั้งอยู่ในอ.หัวหิน เป็นสถานที่ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขัน ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสวนน้ำวานา นาวา ถือว่ามีความเปรียบตรงที่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักค่อนข้างมาก

หากพิจารณาในส่วนของการทำเลที่ตั้งวิสาหกิจตั้งอยู่ในบริเวณโรงเรียน เดิมเนื้อที่ทั้งหมดเป็นเพียงแค่วังเรียนเท่านั้น แต่เนื่องจากมีพื้นที่เหลืออยู่มาก ผู้บริหารหรือครูเล็กจึงมีความคิดว่าควรจะนำพื้นที่ที่เหลืออยู่มาทำให้เกิดประโยชน์ โดยเป็นรูปแบบที่ทำไปในแนวทางเดียวกัน และเป็นรูปแบบใหม่ โดยมีการพัฒนาศักยภาพของเด็ก ส่งเสริมกิจกรรม และความรู้ มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ คือ มีความรู้และทักษะพื้นฐานทั้งด้านเนื้อหาสาระและด้านคุณธรรมจริยธรรม มีความเฉลียวฉลาด กล้าดี คิดเป็น คิดรอบ แก้ปัญหาในเชิงสร้างสรรค์ มีความกระหายใคร่รู้ในสิ่งต่าง ๆ รอบตัว มีจิตมุ่งมั่น ตั้งใจ แข็งแรงอดทน เพียรพยายามจนประสบความสำเร็จ ให้เด็กมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ สถานที่แห่งนี้เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพรูปแบบอาคาร ผังตามอาคารที่มีการวาดรูปภาพต่าง ๆ เป็นการรวมกิจกรรมของเด็ก ๆ นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้แปลกใหม่คือที่พัก



โดยปกติแล้วเป็นที่สำหรับผู้ปกครองที่เข้ามาใช้สำหรับช่วงที่มาเยี่ยมนักเรียน และเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ที่พักจะมีรูปแบบการสร้างสรรค์แบบต่าง ๆ โดยมีชื่อเรียกตามลักษณะทางกายภาพและมีการกำหนดขั้นต่ำของห้องแต่ละประเภทคือบ้านหญิงอ้วน 1 : 2 คน, บ้านหญิงอ้วน 2 : 2 คน, บ้านกลาง : 2 คน, บ้านแฝด 1 : 2-3 คน, บ้านแฝด 2 : 2-3 คน, บ้านริมบ่อ : 3-4 คน, บ้านริมครัว : 4 คน, บ้านริมรั้ว : 4 คน, บ้านหมี : 4 คน, บ้านริมสระ 1 : 10 คน, บ้านริมสระ 2 : 10 คน และบ้านหมูมวล : 1-34 คน การดำเนินกิจกรรมมีลักษณะที่สร้างสรรค์ มีการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการเรียนการสอน มีกิจกรรม โดยกิจกรรมที่เน้นการสอน และมีความหลากหลาย ดังนี้ ว่ายน้ำโดยครูตอพักกระดาดโดยครูดวงใจ บัลเลต์โดยครูม้า เปียโนและกีตาร์โดยครูจิ๊บ ละครและร้องเพลงโดยครูบอส บัณฑิต และวาดภาพโดยครูออน จากกิจกรรม ต่าง ๆ เป็นลักษณะของกิจกรรมที่สร้างสรรค์โดยประยุกต์ใช้กับสิ่งที่มีในบริเวณนั้นให้เข้ากับการเรียนการสอน

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการนำสิ่งที่มีอยู่มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ โดยการพัฒนาอันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสิ่งที่มีและสิ่งแวดล้อม

โดยรอบ และวิถีนวัตกรรมก็ได้พัฒนาโดยการใช้ศิลปะให้เกิดการสร้างสรรค์นั่นเอง

ในขณะนี้การดำเนินรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีการใช้กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ เน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง อีกทั้งยังนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ด้วยเช่นกัน โดยมี 7 ประการ สามารถสรุปการศึกษาได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นลักษณะผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และไม่ได้ ที่จับต้องได้ เช่น ภาพวาด รูปปั้นที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้ามาร่วมกิจกรรมในรูปแบบการลงคอร์สเรียน สินค้าหลัก คือห้องพัก ลักษณะทางกายภาพเป็นการตกแต่งที่แปลกใหม่ เน้นความสร้างสรรค์ ใช้ศิลปะเข้ามาประยุกต์ใช้ มีรูปการ์ตูนที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเด็ก ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ด้านการบริการ มีพนักงานประจำ และครูที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมและบริการ มีการแสดงออกทางการบริการที่เป็นกันเอง คอยให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

2. ราคา (Price)

ขึ้นอยู่กับกำหนดยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์กับราคาที่กำหนด โดยลักษณะจะเป็นการกำหนดราคาเหมาะสมกับสถานที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและเป็นราคาของ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ท้องตลาดไม่สูงเกินไป ไม่ว่าจะเป็นราคาที่พักหรือรวมทั้งราคาของสินค้าในการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีการกำหนดราคาต่อครั้งโดยไว้ใช้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นครั้งหรือทดลองการทำกิจกรรม

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

มีการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการให้ข่าวสารมีหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ อินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ (วิกิพจนานุกรม) และยูทูบ มีการสัมภาษณ์เป็นรายการ (โมเดสอ์เพดเทรนต์) รวมทั้งนิตยสารหมวดธุรกิจฉบับภาษาอังกฤษ และมีการประชาสัมพันธ์จากปากต่อปาก เป็นลักษณะของการรื้อฟื้นจากผู้ที่เคยมาเข้าพักหรือทำกิจกรรม การส่งเสริมการตลาดเป็นลักษณะของการตลาดทางตรง สื่อสารตรงไป ยังเป้าหมายหลายทาง คือ ทางโทรศัพท์ เว็บไซต์ และการติดต่อสอบถาม มีการสั่งซื้อสินค้าโดยอาจจะมีการโทรจองหรือเลือกเข้ามาสอบถามเองเช่นกัน

4. สถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

วิกิพจนานุกรมอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนน้ำวานานาวา จัดได้ว่าเป็นการได้เปรียบทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังห่างจากตัวเมืองหัวหินเพียงแค่

6 กิโลเมตรด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นในลักษณะที่นักท่องเที่ยวต้องเข้ามาชมและสัมผัสเอง แต่มีช่องทางในการจองสินค้าและบริการ โดยผ่านตัวกลางคือพนักงานและเว็บไซต์

5. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

ในส่วน of ลักษณะการสร้างทางกายภาพของวิกิพจนานุกรมเป็นรูปแบบที่เน้นการสร้างสรรคดีด้านศิลปะมีลักษณะที่บ่งบอกอย่างเด่นชัด เช่น รูปแบบที่พัก จะเน้นกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าส่วนใหญ่เป็นในลักษณะของครอบครัว โดยแบ่งเป็นครอบครัวที่มาเยี่ยมลูกหลานที่โรงเรียนภัทรวิไล เป็นส่วนหนึ่งของวิกิพจนานุกรม และครอบครัวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกันเป็นครอบครัวใหญ่ มีจุดมุ่งหมายมาทำกิจกรรมและท่องเที่ยวที่วิกิพจนานุกรม

6. บุคลากร (People)

วิกิพจนานุกรมเป็นโรงเรียน แต่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่วิทยาลัยเท่านั้น ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย มีกิจกรรมที่จัดทำเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวและลูกค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ นอกจากเป็นสินค้า ยังมีด้านการบริการเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ ในการปฏิบัติงานที่วิกิพจนานุกรม ดังนั้นพนักงานหรือบุคลากรมีส่วนสำคัญในการให้



การบริการ เพราะสิ่งหนึ่งที่สำคัญกับการท่องเที่ยว คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ด้วยไม่เพียงแต่ทำหน้าที่สอนหรือรับผิดชอบกิจกรรมเท่านั้น

7. กระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการมีการจัดกิจกรรมใหญ่ของโรงเรียนปีละ 1 ครั้ง ถือว่าเป็นการสร้างรายได้ให้กับโรงเรียน และที่พัก นอกจากนี้ยังมีมูลนิธิที่เข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องของเงินทุน อีกด้วย และในส่วนของร้านอาหารมีร้าน "บ้านญาน" ที่รองรับนักท่องเที่ยว โดยเป็นลักษณะของเครือข่ายที่ช่วยกัน แต่มีการเป็นอิสระในการบังคับบัญชา ไม่มีการออกคำสั่ง ขึ้นตรงกับการดำเนินงาน ต่างฝ่ายต่างมีนโยบายการปฏิบัติงานตามแผนงานของตนเอง

จากที่กล่าวมานั้นเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เข้ามามีส่วนช่วยให้การวางแผนและการดำเนินงานของวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ แต่พบว่ายังประสบปัญหาเพราะเนื่องจากวิสาหกิจตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองไม่มากนัก แต่ก็ยังเป็นเส้นทางที่ผู้คนไม่พลุกพล่านและประกอบกับการเข้าถึงสถานที่ลำบาก พาหนะในการเข้าถึงมีน้อย และวิสาหกิจตั้งอยู่บริเวณ

ใกล้เคียงสวนน้ำ วานา นาวา ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก และบางรายต้องการที่พัก โดยสวนของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เป็นชาวต่างชาติ บุคลากรจำเป็นต้องมีทักษะด้านการใช้ภาษาเป็นปัญหาของการสื่อสาร เนื่องจากพนักงานยังไม่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษที่ดีทุกคน ดังนั้นแนวทางการแก้ไขเบื้องต้นพบว่าการขอความช่วยเหลือจากบุคคลที่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ อาจเป็นพนักงานบางคนในนั้นที่สามารถสื่อสารได้มาช่วยในการสนทนา พูดคุยกับนักท่องเที่ยว และปัญหาในเรื่องของการเข้าถึงสถานที่ พบว่าการแก้ปัญหาเบื้องต้น คือการแก้ไขแผนที่ในเว็บไซต์ให้เข้าใจง่ายมากขึ้น แต่ในส่วนขอป้ายบอกทางยังถือว่าไม่ชัดเจนมากนัก

อภิปรายผล

การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา: วิสาหกิจพบว่าด้วยสถานการณ์ปัจจุบันด้านเศรษฐกิจ สังคม มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เกิดการแข่งขันทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นจึงมีการพัฒนาคิดค้นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ และในวิสาหกิจได้มีการนำทรัพยากรท้องถิ่นที่สอดคล้อง มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งมีการกำหนดกิจกรรมที่สร้างสรรค์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

และสัมพันธ์กับทรัพยากรท้องถิ่น เช่น การวาดรูป การปั้น การเรียนดนตรีต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่เกิดจากทรัพยากรที่อยู่ในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีความหลากหลายในด้านกิจกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำนิยามของการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ (ริชาร์ด, เรย์มอนด์ และ สมิธ, 2006) ซึ่งในภาพรวมของวิถีชีวิตจะเป็นลักษณะของการสร้างสรรค์ที่มีส่วนของความร่วมมือของเด็กนักเรียนและส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวจะมาเป็นครอบครัว และมากันเป็นคู่ การใช้แนวคิดนี้มีความสอดคล้องกับวิจัยของ ณัฐเศรษฐ จงจารัสพันธ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด พฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโครบิรอันซ์ พบว่าภายใต้กลยุทธ์การตลาดมีการใช้กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ โดยเน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง สอดคล้องกับสถานการณ์ของเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการเจริญเติบโต รวมทั้งมีการแข่งขัน จึงทำให้มีการสร้างความแตกต่างเพื่อให้เป็นแนวทางแห่งความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับวิจัยของประพนธ์รัตน์ จงกล (2554) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่าส่วนประสม 7P's มีส่วนช่วยในการผลักดัน

ความสำเร็จขององค์กร โดยสินค้าจะเป็นลักษณะที่เป็นงานศิลปะที่มุ่งไปที่เป้าหมายในวัยเด็ก ดังนั้น การกำหนดราคา มีการกำหนดราคาที่คำนึงถึงความเหมาะสม และเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าและเหมาะสมกับกิจกรรมที่กำหนดขึ้นในส่วนของการประชาสัมพันธ์จะพบในนิตยสาร หนังสือพิมพ์รวมทั้งใบปลิวด้วยแต่การประชาสัมพันธ์นั้นก็สามารถติดต่อสอบถามได้ทางโทรศัพท์และเว็บไซต์ ในส่วนของนิตยสารมีฉบับภาษาอังกฤษ สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ กัน โดยมีการรื้อไว้ในอินเทอร์เน็ต ในด้านสถานที่ที่มีความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน คือ 1) เป็นโรงเรียน ดังนั้นรายได้ส่วนหนึ่งจากการที่ผู้ประกอบการมาเข้าพักตอนมาเยี่ยมลูกหลานของตนเอง 2) อยู่ในเมืองแห่งการท่องเที่ยวและใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ ทำให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวอีกด้วยเช่นกัน

ทางด้านลักษณะทางกายภาพเกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการสร้างสรรค์ที่นำเสนอผ่านทรัพยากรท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์ภายใต้การร่วมมือของคนในท้องถิ่น คือนักเรียนและพนักงานในสถานที่นั้นก็จะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขัน



รวมทั้งด้านความรู้ดี ความประทับใจ
เนื่องจากวิกิหัตถ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยว
แห่งหนึ่ง ไม่ได้เป็นเพียงแค่วรรณคดี
บุคลากรจึงมีความสำคัญในด้านการบริการ
อย่างมาก บุคลากรจำเป็นต้องสามารถ
บริการได้ทุกฝ่าย แม้กระทั่งหน้าที่ของครูก็
ต้องสามารถบริการนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน
การทำงานของบุคลากรจะเป็นลักษณะการ
ร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แต่
รับผิดชอบหน้าที่ของตนเองไปด้วย

ในด้านของปัญหาที่พบส่วนใหญ่
เป็นเรื่องของการสื่อสาร โดยสอดคล้องกับ
วิจัยของมนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2553) ที่
ศึกษาเรื่องธุรกิจรถแท็กซี่ป้ายดำในอำเภอหัว
หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าปัญหาของ
พนักงานที่ขาดทักษะ เกิดจากการ
จบการศึกษาไม่สูง มีด้านการเตรียม
ความพร้อม การสื่อสารกับลูกค้าหรือ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากพนักงาน
อาจไม่มีความถนัดด้านการใช้ภาษาอังกฤษ
ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวอีกด้านหนึ่งคือ
พนักงานบางรายไม่สามารถตอบคำถามที่
นักท่องเที่ยวต้องการได้ เนื่องจากขาดการอบรม
ข้อมูลพื้นฐานของพนักงาน เป็นต้น ด้าน
สุดท้ายคือการเข้าถึงสถานที่ เนื่องจากขาด
การแจ้งข้อมูลทางการเดินทางที่ดี ป้ายบอก
ทาง โดยแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ

ในส่วน ของด้าน ภาษา จะมีการ
ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีทักษะการสื่อสาร
เรื่องความรู้ทั่วไปการแก้ไข คือ พนักงานขอ
ความช่วยเหลือจากผู้รู้หาคำตอบมาให้
ภายหลัง ในเรื่องของการเดินทาง การเข้าถึง
มีการแก้ตำแหน่งในเว็บไซต์

สรุปผล

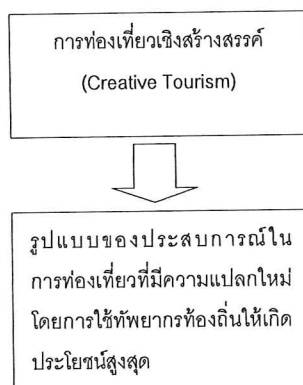
เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคสมัยที่มีการ
เปลี่ยนแปลงและพัฒนาการท่องเที่ยว ถือ
เป็นกิจกรรมที่ผู้คนนิยมกันอย่างแพร่หลาย
จึงมีธุรกิจต่าง ๆ ที่เจริญเติบโตเพื่อ
ตอบสนองความต้องการและรองรับผู้บริโภค
หรือนักท่องเที่ยว และแน่นอนธุรกิจต่าง ๆ
ไม่ได้มีเพียงธุรกิจเดียว เช่นเดียวกับธุรกิจ
สายการบินที่มีหลากหลายองค์กร
หลากหลายสายการบิน ธุรกิจด้านบันเทิง
กิจกรรม ที่พิกัดเช่นกัน และเนื่องจากการที่
เติบโตขึ้นของธุรกิจ จึงทำให้เกิดการแข่งขัน
สูงโดยองค์กรแต่ละฝ่ายต่างใช้กลไกต่าง ๆ
เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ วิกิหัตถ์มี
การใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ โดยเน้นการสร้าง
ความแตกต่าง แต่เป็นในแนวรากฐานของ
องค์กร มีการใช้ศิลปะให้เกิดความสร้างสรรค์
รวมทั้งจัดกิจกรรมแปลกใหม่ มีการใช้
ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับ
การดำเนินกลยุทธ์ มีความสอดคล้องกับ
ทรัพยากรที่องถึ้น ดังนั้นจึงตรงตาม



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society

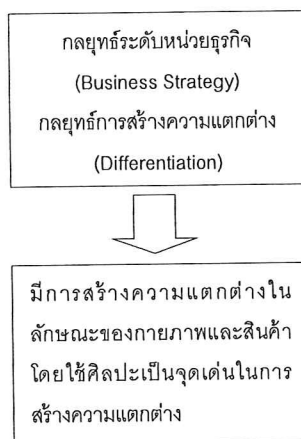
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากที่ศึกษาในเรื่องการให้ความหมาย
 ที่ว่าใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์โดย รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว
 มีกิจกรรมที่แปลกใหม่ เป็นประโยชน์ต่อ เชิงสร้างสรรค์สามารถสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้
 ส่วนรวมแต่คงความหลากหลายไว้ด้วยกัน

การให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)



ภาพที่ 2 แสดงการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)

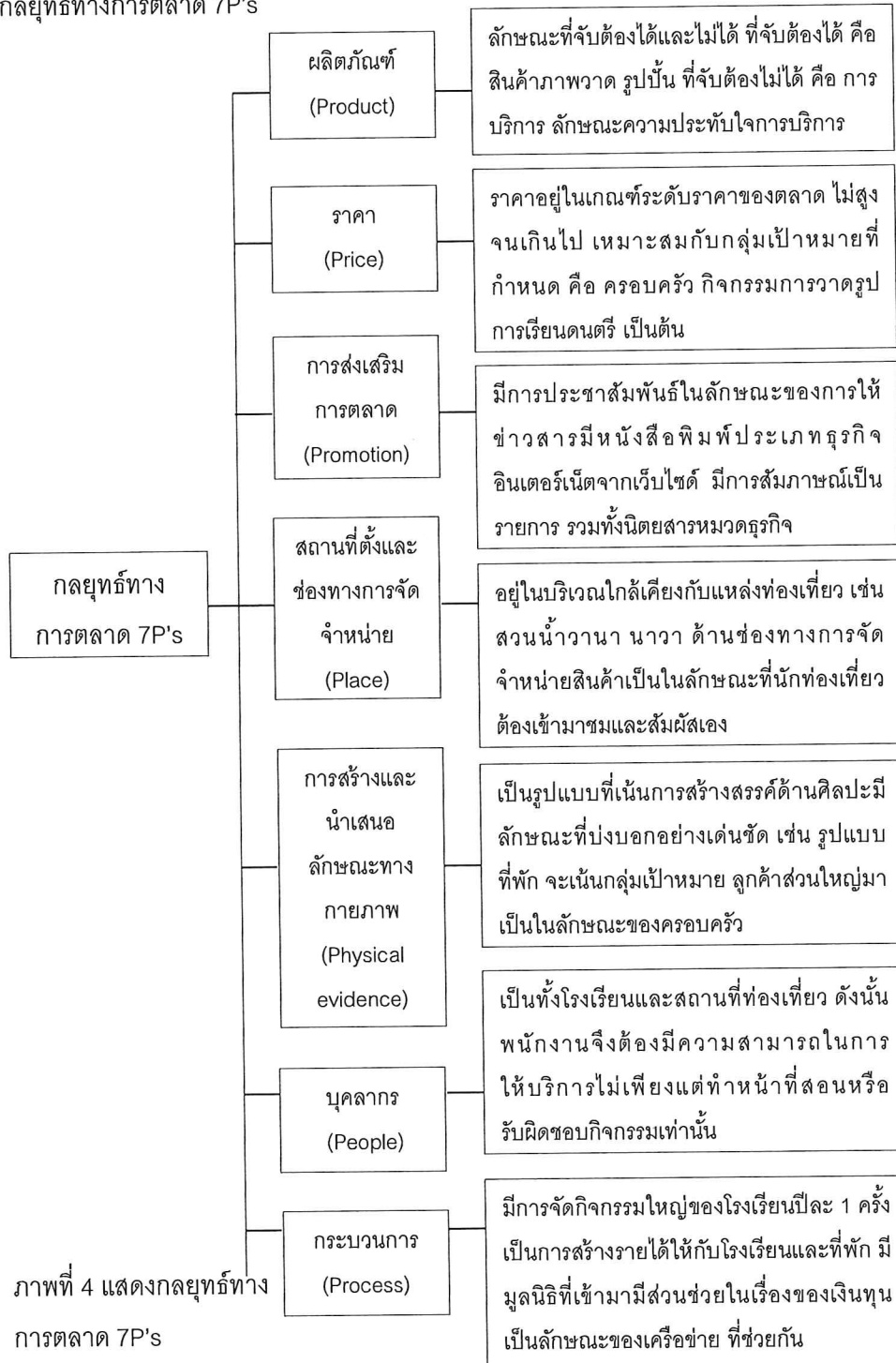


ภาพที่ 3 แสดงกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

กลยุทธ์ทางการตลาด 7P's



ภาพที่ 4 แสดงกลยุทธ์ทางการตลาด 7P's



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย คณะผู้วิจัย
มีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ใน
ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้บริหารควรมีการจัดการอบรม
ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษหรือกำหนด
คุณสมบัติ ในด้านภาษาอังกฤษ เพื่อให้ใน
การรับเข้าทำงาน

2. ผู้บริหารควรมีการจัดอบรม
วางแผนให้พนักงานทุกคนมีความเข้าใจและ
ทราบข้อมูลที่ถูกต้องต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าควรมี
การทำวิจัยเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์
ส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับ
ผลการดำเนินงานธุรกิจการท่องเที่ยว ไปใช้
อย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าควรมี
การทำวิจัยในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับหุ้นส่วน
ว่ามีความเกี่ยวข้องอย่างไรที่ทำให้วิสาหกิจ
ประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

ณัฐเศรษฐ จงจารัสพันธ์. (2554).

กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด
พฤติกรรมและความพึงพอใจของ
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ

จำกัด (มหาชน) สาขา ไมโครบิรอันซ์.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ประพินรัตน์ จงกล. (2554). กลยุทธ์

การตลาดการท่องเที่ยวใน อำเภอ

สิงหนคร จังหวัดสงขลา.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ปรีณัฐ ชินโชติ. (2559). รูปแบบการจัดการ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง.

Veridian E-Journal,

Silpakorn University. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1

เดือนมกราคม – เมษายน 2559.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2553). ธุรกิจรถ

แท็กซี่ป้ายดำในอำเภอหัวหิน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2558). การให้

ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์

การตลาดการท่องเที่ยวแบบดาร์ก

ทัวริซึม พื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี.

Veridian E-Journal,

Silpakorn University. ปี ที่ 8

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม –

สิงหาคม 2558.

Middleton, V.T.C. (2002). Marketing in

Travel and Tourism. 3 Ed.

Oxford: Butterworth-Heinemann.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Richards, G. and Raymond, C. (2000).

Creative tourism. ATLAS News.

Smith, L.W. (2006). Experiential Tourism
around the World. International
Journal of Services and
Standards.