



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

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ 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



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

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

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. 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 นรารัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มรีว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
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 นียดา 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. สุภาภร ภิญโญมิตรจินดา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลับพลึง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง 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 สุธีวสินนนท์ 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 แจ้งเวชฉาย มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ มหาวิทยาลัยบูรพา
32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ มหาวิทยาลัยบูรพา
33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ 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 โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด
40. ดร.จงชัย ทองมา กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
42. ดร.กฤษฎา โสภา บริษัท อ่าพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด
43. ดร.กาญจน์พันธ์ 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 ลือมงคล | 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

**การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 กรณีศึกษา บ้านศิลปิน คลองบางหลวง กรุงเทพมหานคร**

**THE MEANING FORMAT AND MARKETING STRATEGY OF CREATIVE TOURISM
 CASE STUDY: BAANSILAPIN KLONGBANGLUANG BANGKOK**

มณีนทร กิรติวัฒน์* , มนัสสินี บุญมีศรีสง่า**

Manintorn Keeratiwat* , Manassinee Boonmeesrisa-nga**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 ของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง 2.) ศึกษากลยุทธ์การตลาดของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง และ
 3.) ศึกษาปัญหา อุปสรรคและหาแนวทางในการแก้ปัญหา งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ
 (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร และสัมภาษณ์เชิงลึก
 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (In depth-interview) จำนวน 12 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากบ้านศิลปิน 2 คน และ
 นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน

ผลการศึกษาพบว่าเจ้าหน้าที่ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการ
 ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชนได้ร่วมกันอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม
 ของไทยให้ยั่งยืนไม่สูญหายไปจากสังคม และเผยแพร่ความเป็นไทยไปสู่ชาวต่างชาติ ด้านกลยุทธ์
 ทางการตลาดแบ่งได้ 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม
 การตลาด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การออกแบบกิจกรรม และด้านผู้มีส่วนร่วม ปัญหาที่พบ
 อุปสรรคและแนวทางในการแก้ปัญหาคือ ด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติและขนาด
 ของบ้านไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้ แนวทางการแก้ปัญหาคือเปิดพื้นที่ในส่วนที่สำคัญ
 เช่น อธิบายเกี่ยวกับการแสดง และใช้บุคลากรที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษอธิบาย แก้ไขโดยให้
 นักท่องเที่ยวชมการแสดงจากชั้น 2 ของตัวบ้าน

คำสำคัญ: การให้ความหมาย, กลยุทธ์ทางการตลาด, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

*นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ 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 study aimed to study 1.) About giving the meaning of creative tourism of BaanSilapin Klong BangLuang 2.) About marketing strategies of BaanSilapin KlongBangLuang Bangkok 3.) About the problem and approach the problem. This research is qualitative research by collecting information from the papers and in depth interviewing 12 persons 2 persons from the officers and 10 persons from tourisms.

The study found that the authorities had provided a means of creative tourism as tourism opportunities to tourists and the people in the community get together to preserve the Thailand's art and culture is not lost in a society and to propagate them to the foreigners. The marketing strategy is divided into seven areas were product, price, place, promotion, people, programming, physical Environment and participants. And the last one was the problems and approaches the problems. The problems were the communication with the foreigners and the size of the house cannot accommodate all of them. The solutions were to open the CD, as explained on the show and the personnel can use English to explain. Another problem solved by the tourists watching the show from the second floor of the house.

Keywords: Meaning/ Marketing Strategy/ Creative Tourism



บทนำ

ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ในปี 2555 -2559 ได้เล็งเห็นถึงปัญหาจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของความเป็นไทย จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้มีความยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: 2554)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อประเทศแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนมีความหลากหลายในเรื่องของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อาหารลักษณะภูมิประเทศและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างสรรคให้ประเทศไทย เป็นสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวและสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่มากยิ่งขึ้น (เสาวณี จันทะพงษ์, กัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล: 2015)

จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยในปี 2559 นี้ เมื่อเทียบกับปี 2558 ในเดือนเดียวกันคือเดือนมกราคม

กุมภาพันธ์และมีนาคม นั้น มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๆ ร้อยละ 14.99, ร้อยละ 15.96 และ ร้อยละ 15.39 ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว: 2559) จากสถิติดังกล่าวเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ นำไปสู่การเปิดธุรกิจให้บริการกับนักท่องเที่ยว เช่น การเปิดร้านอาหาร ที่พัก และสาธารณูปโภคต่าง ๆ จึงทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ประชาชนไม่ว่าจะเป็นการทำงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเป็นต้น (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า: 2558)และมีอีกหลายปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโลกาภิวัตน์ ความปลอดภัย สังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเปิด ASEAN รวมไปถึงการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากความสนใจที่มี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: 2558)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมของที่นั้น ๆ

บ้านศิลปิน คลองบางหลวง คือสถานที่จัดแสดงศิลปะ ภาพวาด ภาพถ่าย รวมไปถึงการแสดงหุ่นละครเล็กคณะค่านาย โดยคุณชุมพล อักพันธ์านนท์ เป็นผู้ติดต่อซื้อ



บ้านจากคุณประไพ รักสำหรวจ โดยยังคงสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นบ้านไม้ 2 ชั้นทรงมะนิลา และเคยได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี พ.ศ.2553 ประเภท เคหสถานและบ้านเรือนเอกชน จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี คัดเลือกโดยสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ในบ้านจะมีการจัดแสดงและมีกิจกรรมเกี่ยวกับทางด้านศิลปะในหลายๆแขนง โดยเปิดให้เข้าชมฟรี มีการแสดงภาพวาด ภาพถ่ายและภาพเขียน จัดแสดงและจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการแสดงหุ่นละครเล็ก และจัดรวบรวมผู้ที่มีความสามารถในการขีดหุ่นละครเล็กและตั้งคณะหุ่นละครเล็กที่ชื่อว่าคณะนายขึ้น โดยการไม่คิดค่าเข้าชม นอกจากนี้ยังมีการเปิดสอนการแสดงโขนและหุ่นละครเล็ก สำหรับผู้ที่มีความสนใจ มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำเช่น การพันทหน้ากาก และการทำภาพพิมพ์วูดคัท เป็นต้น

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาบ้านศิลปิน คลองบางหลวง เพื่อให้ทราบถึงความหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง

3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ปัญหา งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นได้เสริมสร้างประสบการณ์ความรู้ สร้างความเข้าใจในวัฒนธรรม สังคม สภาพความเป็นอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ ผ่านการสัมผัสของนักท่องเที่ยวโดยตรง นั่นคือการเข้าไปเรียนรู้ ปฏิบัติจริงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือชาวบ้านในสถานที่นั้นๆ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ: 2556)

กลยุทธ์ทางการตลาด – ส่วนประสมทางการตลาด

โดยส่วนใหญ่แล้ว ส่วนประสมทางการตลาดที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางคือ 4Ps ต่อมาได้มีการเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ โดยในงานวิจัยนี้จะใช้ 7Ps ใน



การวิเคราะห์กลุ่มยุทธ์ทางการตลาด (นฤฤทธิ์ วงษ์มณฑา: 2554 อ้างอิงจาก ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์: 2548) สามารถอธิบายได้ดังนี้

Product – สินค้าหรือบริการของเราคืออะไร และต้องสามารถบอกจุดเด่นและจุดด้อยของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ เพราะหากเราทราบว่าจุดเด่นของสินค้าหรือบริการของเราคืออะไร จะสามารถนำไปทำการตลาดได้ตรงจุด

Price – ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะหากรู้กลุ่มเป้าหมายคือใคร มีกำลังซื้อขนาดไหน สามารถซื้อสินค้าในราคาเท่าไร ก็จะสามารถกำหนดราคาได้ตรงจุดและสามารถเพิ่มยอดขายได้แต่อย่างไรก็ตามสินค้าหรือบริการที่มีราคาถูกก็สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่า

Place - หากเราทราบกลุ่มเป้าหมายแล้ว เราก็จะทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย ว่าส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือบริการในที่ไหนได้บ้าง หากเป็นชั้นวางสินค้า ชั้นไหนที่ผู้บริโภคจะเห็นสินค้าได้ชัดเจนที่สุด

Promotion – คือการส่งเสริมการขาย โดยการทำการกิจกรรมต่างๆ เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์หรือสื่อ Social Media เป็นต้น อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการขายก็ขึ้นอยู่กับ

พฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมในลักษณะใด

Programming – การเพิ่มความน่าสนใจในสินค้าและบริการผ่านกิจกรรมต่างๆ (นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล: 2557 อ้างอิงจาก Pomeroy, Noble, & Johnson, 2011; Tirca, Stanculescu, & Chis, 2009)

Physical Environment – เป็นการสร้างบรรยากาศให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรู้สึกแก่ผู้บริโภค (นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล: 2557 อ้างอิงจาก Bowie & Buttle, 2011)

ด้านผู้มีส่วนร่วม (Participants) – บุคคลผู้ให้บริการและมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ พนักงาน หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล: 2557 อ้างอิงจาก Morrison, 1996)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
 ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักคือเจ้าหน้าที่จากบ้านศิลปิน 2 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1.) แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์
 - 2.2.) ปากกาและสมุดจด เพื่อจดบันทึกข้อความในการทำการสัมภาษณ์



2.3.) โทรศัพท์ข้มซุง เพื่อใช้ในการบันทึกเสียงและถ่ายรูปแบบรยอากาศของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง

2.4.) ผู้วิจัย เป็นส่วนสำคัญในการเก็บ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา อัญญาปลดเปลื้อง (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละบุคคล โดยมีความแตกต่างในพัฒนาการและแนวความคิด ตามแนวความคิดของฮัสเซิร์ล (Husserl) และแนวคิดของไฮเดกเกอร์ (Heidegger)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนพฤษภาคม 2559

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลพร้อมลงสถานที่จริงควบคู่กัน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และเปรียบเทียบหากข้อมูลที่ได้มาตรงกับแหล่งข้อมูล แสดงว่าผลที่ได้มีความถูกต้อง (อกนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์และคณะ: 2559)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการให้ความหมายและกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ บ้านศิลปินคลองบางหลวง ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้การสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้างกับเจ้าหน้าที่ของบ้านศิลปิน โดยมีผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ก่อตั้งบ้านศิลปิน คลองบางหลวงให้ความสนใจในเรื่องของศิลปะ วัฒนธรรมของไทย รวมถึงสถาปัตยกรรมแบบโบราณได้ อีกทั้งต้องการเผยแพร่และอนุรักษ์ความเป็นไทยนี้ให้กับบุคคลอื่น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวจึงได้ก่อตั้งบ้านศิลปินแห่งนี้ขึ้นมา เมื่อก่อตั้งแล้วนอกจากจะแสดงศิลปะ วัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชมได้ชมฟรีแล้ว ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการพินท์หน้ากาก ระบายสีสติ๊กเกอร์ การทำวูด คัท โดยมีเจ้าหน้าที่แบบสำหรับพินท์และมีบริการให้ใช้สีฟรี รวมถึงบ้านศิลปินยังเปิดสอนการแสดงโขนและการเชิดหุ่นละครเล็กให้กับผู้ที่มีความสนใจในศิลปะแขนงนี้ นอกจากนั้นแล้วในอนาคตยังมีวางแผนไถ่เยาวชนโดยใช้เด็กจากในชุมชนศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของชุมชนเพื่อ



พนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่
ของชุมชนริมน้ำและคิดการแสดงต่างๆเพื่อ
นำมาจัดแสดงในบ้านศิลปิน ซึ่งสามารถสรุป
ได้ดังนี้

การให้ความหมายของการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง
คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับ
นักท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชนได้ร่วมกัน
อนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมของไทย ให้ยั่งยืนไม่
สูญหายไปจากสังคม และเผยแพร่ความเป็น
ไทยไปสู่ชาวต่างชาติ

2. กลยุทธ์ทางการตลาดของบ้านศิลปิน คลองบางหลวง

2.1) รูปแบบ

ในช่วงแรกบ้านศิลปิน คลองบาง
หลวงมีเพียงภาพวาด ภาพถ่ายของศิลปินจัด
แสดงโชว์และจำหน่ายเพียงอย่างเดียว
ภายหลังได้มีการนำหุ่นละครเล็กคณะค่านาย
เข้ามาจัดแสดงโดยไม่เก็บค่าเข้าชมและเพิ่ม
กิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเรื่อย ๆ โดยภายในตัว
บ้านตกแต่งอย่างเรียบง่าย และแบ่งเป็นมุม
ต่าง ๆ มีมุมจำหน่ายกาแฟและอาหาร มุม
จำหน่ายและแสดงสินค้าและของฝาก มุมชม
การแสดงและมุมจัดแสดงภาพวาดและ
ภาพถ่ายบริการให้นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม

2.2) กลยุทธ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก
และจากการสังเกต ได้ข้อสรุปกลยุทธ์ทาง
การตลาด ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7
ด้าน ดังนี้

2.2.1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product
Strategy) บ้านศิลปินเป็นสถานที่สำหรับ
นักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ
นอกจากนั้นแล้วนักท่องเที่ยวจะได้เห็นชีวิต
ความเป็นอยู่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำใน
ประเทศไทย ได้สัมผัสถึงวัฒนธรรม ความ
เป็นอยู่ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่แบบโบราณที่
ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัสได้อย่าง
ง่ายดาย

2.2.2) ด้านราคา (Price Strategy)

บ้านศิลปินเปิดให้เข้าชมการแสดงโดยไม่เสีย
ค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น รายได้ส่วนใหญ่ได้มา
จากการเปิดกล่องหลังจากจบการแสดงเชิด
หุ่นละครเล็ก นอกจากนี้ยังมีการจำหน่าย
อาหารและเครื่องดื่มในราคาที่ไม่แพง
จนเกินไป แต่ในส่วนของขวัญของฝากนั้นมีราคา
ค่อนข้างสูงเนื่องจากสินค้าเป็นที่ทำด้วยมือ
และบ่งบอกถึงความเป็นไทยผ่านลวดลายบน
ของฝาก ซึ่งค่อนข้างคุ้มค่ากับราคาที่เสีย

2.2.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
(Place Strategy) บ้านที่ใช้สำหรับเปิดให้เข้า
เยี่ยมชมนั้นอยู่ติดคลองบางหลวงหรือว่า
คลองบางกอกใหญ่ มีบรรยากาศที่ร่มรื่น



สามารถนั่งเล่นชมธรรมชาติ ให้อาหารปลาได้อย่างสบาย แบ่งมุมในการให้บริการได้อย่างเป็นสัดส่วน แต่พื้นที่มีค่อนข้างจำกัดแต่กิจกรรมภายในบ้านศิลปินมีค่อนข้างเยอะจึงทำให้อาจจะดูเล็กลงไปบ้าง แต่บรรยากาศโดยรวมแล้วดูอบอุ่น

2.2.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) ทางบ้านศิลปินมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมภายในบ้านอยู่ตลอดเวลาผ่านทางสื่อออนไลน์ อย่างเช่น เฟสบุ๊ก เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่แล้วการประชาสัมพันธ์ของบ้านศิลปินเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้วบอกต่อแบบปากต่อปาก หรือตั้งกระทู้ตามบล็อกในอินเทอร์เน็ต ยิ่งไปกว่านั้นสื่อมวลชนเคยมาทำข่าวในสถานที่แห่งนี้ให้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพราะต้องการช่วยกันอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรม

2.2.5) ด้านการออกแบบกิจกรรม (Programming) บ้านศิลปินมีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้ทำ นอกจากการชมศิลปะ วัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการพินท์หน้ากาก การระบายสีสติ๊กเกอร์ การระบายสีปูนปั้น เป็นต้น

2.2.6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) – บ้านศิลปินเป็นบ้านไม้ 2 ชั้น ตึกริมคลอง นักท่องเที่ยวจะได้บรรยากาศของชีวิตริมฝั่งคลองของชาวบ้าน

รวมถึงได้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำ และสัมผัสอาหารไทย เช่น เมี่ยงคำ เป็นต้น

2.2.7) ด้านผู้มีส่วนร่วม (Participants) – เจ้าหน้าที่จากบ้านศิลปินทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ด้านต่างๆ รวมถึงนักแสดงให้บริการอย่างเต็มความสามารถ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตรกับลูกค้าทุกคน เพื่อสร้างความทรงจำที่ดีให้กับลูกค้าที่มาเยี่ยมชมบ้านศิลปิน

3. ปัญหาที่พบและแนวทางในการแก้ปัญหา

โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเป็นชาวต่างชาติ แต่ทางบ้านศิลปินยังไม่มีบุคลากรที่จะสามารถพูดภาษาอังกฤษในการอธิบายถึงกิจกรรมและสิ่งอื่นๆที่สำคัญของบ้านศิลปิน นอกจากนี้ยังพบปัญหาเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาชมการแสดงเป็นจำนวนมาก ขนาดของบ้านไม่เพียงพอต่อการต้อนรับทางบ้านศิลปินได้พยายามแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษพอได้ สื่อสารในส่วนที่ได้ และในส่วนของการอธิบายเนื้อเรื่องในการแสดงใช้เปิดเทปที่อัดเสียงอธิบายเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าใจในการแสดงมากขึ้น ต่อมาปัญหาในเรื่องขนาดของบ้านเนื่องจากบ้านศิลปินเป็นบ้านไม้ 2 ชั้น ชั้นบน

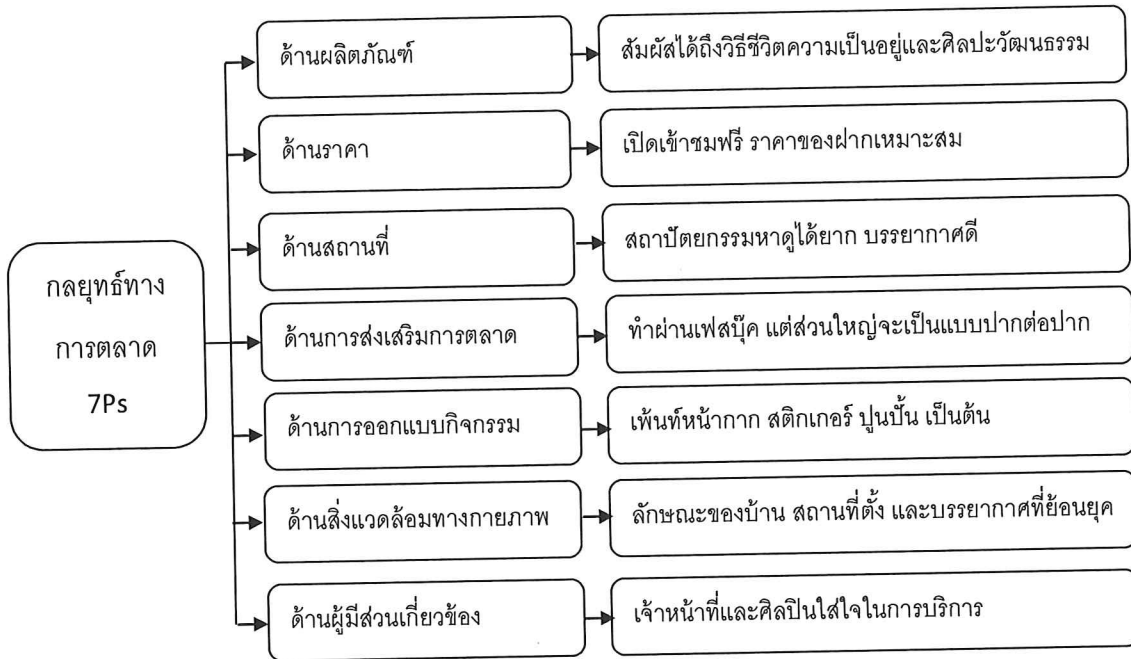


เป็นส่วนสถานที่ในการจัดแสดงภาพวาดและ
ภาพถ่ายของศิลปิน แต่สามารถมองลงมาเห็น
สถานที่ที่ใช้ในการแสดงได้ จึงอนุญาตให้
นักท่องเที่ยวชมการแสดงจากด้านบนได้

สรุปผลการศึกษาและอภิปราย

จากการศึกษาถึงการให้ความหมาย
รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา บ้าน
ศิลปิน คลองบางหลวง ผู้ก่อตั้งมีความตั้งใจ
ในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของไทยให้อยู่
ในสังคมต่อไป และสร้างการรับรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมให้แก่ชาวต่างชาติที่
เข้ามาท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมของทางบ้าน
ศิลปิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์: เครื่องมือสำคัญนำไปสู่
ชุมชนที่ยั่งยืน ของ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์,
2556 ส่วนกลยุทธ์

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด
สามารถแบ่งได้เป็น 7 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับ
กลยุทธ์ทางการตลาดของเฉษฎา
กาญจนศุภวรรณ (2553) ในด้านผลิตภัณฑ์
ราคา สถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด
และการตลาดอย่างยั่งยืนสำหรับการ
ท่องเที่ยวของนิจกานต์ หนูอุไร และ
เกดศิริ เจริญวิศาล (2557) ในด้านการ
ออกแบบกิจกรรมบ้าน สิ่งแวดล้อมทาง
กายภาพและด้านผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถ
แสดงเป็นรูปแบบได้ดังนี้



รูปแบบ แสดงกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านศิลปินคลองบางหลวง

ข้อเสนอแนะ

1. การเผยแพร่ผ่านสื่อ Social Media มีอีกหลากหลายช่องทางที่จะสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ ควรเลือกใช้สื่อให้มากขึ้นกว่านี้
2. ควรเพิ่มรอบในการแสดงจากวันละ 1 รอบเป็นวันละ 2 รอบ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาได้เยอะขึ้น อาจจะมีเพิ่มแค่วันเสาร์ อาทิตย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม
3. เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ในการชมการแสดง เพราะในบางครั้งที่นั่งไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 –2559. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2559, จาก http://www.nesdb.go.th/article_attach/Book_Plan12.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2558-2560. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2559, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

เจษฎา กาญจนสุวรรณ (2553)



การศึกษาปัญหาและการกำหนด
 กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่ม
 ประสิทธิภาพ การขายและส่วนแบ่ง
 ทางการตลาด.หลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหาลัย ติต สาขาวิชาการ
 ประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย,
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล (2557)
 การตลาดอย่างยั่งยืนสำหรับการ
 ท่องเที่ยว.วารสารนักบริหาร34,
 (2): 3-15

นฤทธิ วงษ์มณฑา. (2554)
 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
 ผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 สายการบินภายในประเทศของ
 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 ในเขตกรุงเทพมหานคร: หลักสูตร
 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
 , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2558)
 กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงย้อนยุค
 เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัด
 ประจวบคีรีขันธ์ .
 Veridian E-journal8, (3): 755-780

ศุภนย์ปฏิบัติกรกรมการท่องเที่ยว (2559)
 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่
 เดินทางเข้าประเทศไทยรายสัญชาติ

ปี 2559. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2559,
 จาก <http://61.19.55.30/dotdoc/v3/tourstatistic.php>

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556)
 ท่องเที่ยวสร้างสรรค์: เครื่องมือ
 สำคัญนำไปสู่ชุมชนที่ยั่งยืน: คณะ
 สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ค้นเมื่อ
 18 เมษายน 2559, จาก
64.115.22.25/ojs222/index.php/tuj/article/viewFile/189/185

เสาวณี จันทะพงษ์, กัมพล
 พรพัฒน์ไพศาลกุล. (2015) ภาค
 บริการท่องเที่ยวของไทย :
 ความสำคัญ ความท้าทาย และ
 ความยั่งยืน: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
 ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2559,
 จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article27_10_58.pdf

อภนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์และคณะ (2559)
 การให้ความหมาย รูปแบบและ
 กลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจสีเขียว
 ของร้านออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่.
 Veridian E-Journal9, (1): 223-236



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

ัญญา ปรดเปลื่อง (2556). การวิเคราะห์

ข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยา.

วารสารพยาบาลกระทรวง

สาธารณสุข 23, (2) : 1-10