การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10

"ถักทองงานวิจัยท้องถิ่น .....ก้าวไกลสู่สากล"

The National Academic Research Conference 10th

"Connecting Local Research to International Perspectives"

โดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมากับเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศและภาคีเครือข่ายในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ฉบับเต็ม

จัดโดย สถาบันวิจัยและพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ
และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ 2561

ศาสตราจารย์ ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด
รองศาสตราจารย์ ดร. กรองทิพย์ นาควิเชตร	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
รองศาสตราจารย์ ดร. จิตติ กิตติเลิศไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร. จินตนา สายทองคำ	สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
รองศาสตราจารย์ ดร. ชคัตตรัย รยะสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. ชนินทร์ วะสีนนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร. จุรีพร จันทร์พาณิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
รองศาสตราจารย์ ดร. รสริน พิมลบรรยงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. รัชนี ศุจิจันทรรัตน์	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
รองศาสตราจารย์ ดร. บรรจบ บุญจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยากร หวังมหาพร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยกนิฏฐ์ โชติวนิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร. ปาจรีย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร. พนิตสุภา ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
รองศาสตราจารย์ ดร. พนอเนื่อง สุทัศน์ ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร. ณภัทร น้อยน้ำใส	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. ภัทรธิรา ผลงาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภชัย จันทร์สุวรรณ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
รองศาสตราจารย์ ดร. สุธานันธ์ โพธิ์ชาธาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ตั้งประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร. สุวัฒนา ตุ้งสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร. สืบชาติ อันทะไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร. อาลัย จันทร์พาณิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ เนตรชนก คงทน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ไทยโรจน์ พวงมณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รองศาสตราจารย์ นันทพร อดิเรกโชติกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ พจน์มาลย์ สมรรคบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ พรณีย์ ตะกรุดทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ วรารัตน์ เขียวไพรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
รองศาสตราจารย์ วรุณี เชาวน์สุขุม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
รองศาสตราจารย์ สารภี วรรณตรา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

รองศาสตราจารย์ สุเมธ แก่นมณี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ เอกรัตน์ เอกศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษฎา วงศ์คำจันทร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กมลวรรณ วรรธนัง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงศ์ ลือนาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิ่งดาว จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลกันยา ศรีสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัมภิชา ตันติสันติขม	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จาริณี ม้าแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จุฬามาศ จันทร์ศรีสุคต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีวินทร์ ลิ้มศิริ	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยรัตน์ ปราณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏฐชา หน่อทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทินกร อัตไพบูลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นลินทิพย์ พิมพ์กลัด	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นวลรวี จันทร์ลุน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภดล แสงแข	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรันดร์ คงฤทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์ชวลิตกุล	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุรินทร์ เปล่งดีสกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประมุข ศรีชัยวงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พีรพัฒน์ ยางกลาง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลานุช คงคา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พยุงพร นนทวิศรุต	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชนีวรรณ บุญอนนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนะ ปัญญาภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วาสนา เพิ่มพูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร เลิศยิ่งยศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ อัตไพบูลย์	นักวิชาการอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมใจ บุญหมื่นไวย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สามารถ อัยกร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรพงษ์ จรัสโรจนกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวภา สุขประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธาสินี โพธิ์ชาธาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุนันท์ สีพาย	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์มาศ สุขกสิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สำราญ กำจัดภัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สำเริง ไกยวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรถพล ศิริเวชพันธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุจิตร ชิณสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จักรกฤช เจียวิริยบุญญา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชยพล ธงภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทวี วัชระเกียรติศักดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เมตตา ดีเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา รุจิรกุล	นักวิชาการอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญไท เจริญผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรขา อินทรกำแหง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรพจน์ มานะสมปอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิภาวี พูลทวี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริพร หงส์พันธุ์	นักวิชาการอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภางค์ นันตา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาวดี มณีเนตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกราช หนูแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
ดร. จิรศักดิ์ ศิริรัตนพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. เชาวลิต สิมสวย	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ดร. พวงพรภัสสร์ วิริยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. ไพโรจน์ ทองคำสุก	สำนักงานราชบัณฑิตยสภา
ดร. ปิยมาศ สุรภพพิศิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. ปรีชาวุฒิ อภิระติง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ดร. ภัทร์ คชภักดี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ดร. ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. ลลิตา ธงภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. สมเกียรติ ทานอก	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ดร. สุขสันติ แวงวรรณ	วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง
ดร. สุวรรณา เตชะธีระปรีดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร. อรอุมา ปราชญ์ปรีชา	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
ดร. อลงกต ยะไวทย์	มหาวิทยาลัยวงศ์ชวลิตกุล
ดร. อุษณีย์ มงคลพิทักษ์สุข	มหาวิทยาลัยเกริก
ดร. อัญรัตน์ วิเชียร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี)

THE MEANING AND MARKETING STRATEGY MODEL FOR CREATIVE TOURISM. (CASE STUDY: WAT KHANON, PHOTHARAM DISTRICT, RATCHABURI)

กัมปนาท เพชร์แก้ว[1]
Kampanart Petkaew[1]
มนัสสินี บุญมีศรีสง่า[1]
Manassinee Boonmeesrisanga[1]
[1]นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
[1]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 17 คน ผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ประเภท 1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานการท่องเที่ยว 2) เจ้าอาวาสและครูวัดขนอน 3) นักวิชาการท่องเที่ยว 4) นักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูล โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบ Triangulation หรือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเศร้า โดยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องการสังเกต การตีความจากพฤติกรรมและอวัจนภาษาระหว่างการให้สัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเทียบเคียงรูปแบบ โดยการสร้างข้อสรุปจากการเก็บข้อมูลที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา ผลการศึกษาพบว่าการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัดขนอน การนำบทละครดั้งเดิมมาใช้เป็นองค์ความรู้ใหม่ การแสดงหนังใหญ่ การแกะสลักหนังใหญ่ การให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาตัวหนังใหญ่ได้เชิดตัวหนังใหญ่ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของวัดขนอน กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญคือการใช้กลยุทธ์การตลาด 7Ps และกลยุทธ์ท่องเที่ยว 5A มาใช้ในการดำเนินงานของวัดขนอน ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหา พบว่า วัดขนอนขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยคนในชุมชนเลยขาดแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีมากกว่านี้ ซึ่งวิจัยฉบับนี้หน่วยงานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และวัดขนอนสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดขนอนให้ดีขึ้นต่อไปได้

คำสำคัญ : การให้ความหมาย, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, วัดขนอน

ABSTRACT

This research aimed to study a definition and marketing strategy model for creative tourism in Wat Khanon, Photharam district, Ratchaburi. This is a qualitative research which collected data by interview. There are 17 means interviewees that separated into fours types: 1) Tourism authority 2) Abbot and teacher in Wat Khanon 3) Tourism specialist and 4) Tourist. Analyzed information by Triangulation verification; study from related documents, notice and

interpret from interviewee's behavior and Nonverbal language during an interview and use comparative analysis to analyze data by comparing a conclusion of the study to related theory and research.

The results found that the definitions of creative tourism in Wat Khanon are using original play to be a new knowledge, Shadow play, carving a Shadow play figure, let tourists study and play a Shadow play and let them study tradition in Wat Khanon. A significant marketing strategy model for creative tourism in Wat Khanon is 7Ps marketing strategy and 5A tourism strategy. From the study, there are some problems. There is not any support from related department. It is a tourist attraction which managed by local people so it lacks of an appropriated development model and important facilities. Related tourism department and Wat Khanon can use this research to be a model to develop the tourism.

Keywords : The meanings, creative tourism, Wat Khanon

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่เติบโตขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีความก้าวหน้าทางด้านการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวถือเป็นอีกด้านหนึ่งที่สำคัญ มีการพัฒนาให้เกิดความสะดวก รวมถึงการบริการ การเลือก การเดินทางจนเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีธุรกิจอื่นร่วมด้วย เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก การขนส่ง เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน มีส่วนช่วยในการตอบสนองความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคต่างๆ ทำให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ปัจจุบันการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นในทั่วทุกมุมโลก การเดินทางสะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมาก และมีหลายกลุ่ม หลายประเทศ เกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ตามมา เช่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (ปิรันธ์ ชิณโชติ, 2559) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แถลงแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2560 โดยกำหนดเป้าหมายในปี 2560 คือ ตลาดในประเทศ ปรับแผนตลาดกระตุ้นคนไทยให้เดินทางมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 คิดประมาณการเป็น 950,000 ล้านบาท ส่วนตลาดต่างประเทศ เน้นการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้ง มุ่งสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยตั้งเป้าสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10 เช่นกัน คิดประมาณการรายได้เป็น 1.89 ล้านล้านบาท ส่งผลให้รายได้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 หรือประมาณ 2.84 ล้านล้านบาท ทิศทางการทำการตลาดในภาพรวมของปี 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคงนำเสนอจุดแข็งของประเทศคือ "วิถีไทย" อันเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากประเทศอื่น อีกทั้งยังเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ ดั้งเดิม โดยต่อยอดนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยแต่ลงลึกมากขึ้น เพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก ทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคมและการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้ ททท.ได้มีแนวทางในการนำเสนอ "วิถีไทย" ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจจากท้องถิ่นไทย (Local Experience) ซึ่งมีหลายระดับขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ ที่แตกต่างของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบประสบการณ์ที่ไม่จำกัดเพียงการท่องเที่ยวชุมชน (CBT : Community Based Tourism) เท่านั้น แต่หมายรวมถึงทุกพื้นที่ ทุกจังหวัด ทุกองค์ประกอบ ที่สร้างประสบการณ์ให้กับการท่องเที่ยว ซึ่งแม้แต่กรุงเทพมหานคร ก็สามารถค้นหาประสบการณ์ท้องถิ่นได้เช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2560)

ปัจจุบันแนวโน้มการท่องเที่ยวกำลังเกิดกระแสการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต และศึกษาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวลักษณะนี้จำเป็นต้องผสมผสานองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับการวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ดร. มุทริกา พฤกษาพงษ์ นักวิจัยอิสระได้ศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะในเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่างๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปหัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชนหรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ทำให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่าเป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง หากนักท่องเที่ยวเที่ยวหันมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กันมากขึ้นแล้ว เชื่อว่าจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม อีกทั้งคนในชุมชนก็ยังเกิดสำนึกรักในเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ หากนักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกด้านดีร่วมกันแล้ว ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนได้อย่างที่ตั้งใจ (ผู้จัดการออนไลน์, 2554)

หนังใหญ่วัดขนอน จังหวัดราชบุรี สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นมหรสพที่เก่าแก่ของไทยจึงถือได้ว่าเป็นสมบัติทางวัฒนธรรมไทย ได้รับการยกย่องว่าเป็นการแสดงชั้นสูงเป็นการแสดงที่รวมศิลปะที่ทรงคุณค่าหลายแขนง ได้แก่ ด้านศิลปะการออกแบบลวดลายไทยเชิง จิตรกรรมที่มีความวิจิตรบรรจง ผสมกับฝีมือช่างแกะสลักที่ประณีต เมื่อแสดงจะมีการนำศิลปะ ทางนาฏศิลป์ การละคร ที่เคลื่อนไหวได้อารมณ์ตามเนื้อ เรื่อง ประกอบกับบทพากย์ บทเจรจา บทขับร้อง ดนตรีปี่พาทย์ทำให้ เกิดความเข้าใจในเรื่องราวและให้อรรถรสทางศิลปะแก่ผู้ชมได้อย่างสมบูรณ์การแสดงหนังใหญ่จึงมีคุณค่า ทางศิลปะสูงและแสดงถึงอัจฉริยภาพของบรรพบุรุษไทยได้เป็นอย่างดี โดยหนังใหญ่วัดขนอนได้รับรางวัลจากองค์กรการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก (UNESCO) และได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 6 ชุมชนดีเด่นของโลกที่มีผลงานในการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมเชิงนามธรรม (The safeguarding of Intagible Cultural Heritage : ICH) (เที่ยวราชบุรี, ออนไลน์, 2556)

ปัจจุบันวัดขนอนได้เปิดให้ประชาชนและผู้สนใจได้เข้าศึกษา เยี่ยมชมนิทรรศการหนังใหญ่ พร้อมทั้งการสาธิตการแสดงหนังใหญ่ ตลอดจนการฝึกเยาวชนให้เรียนรู้และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้ เพื่อสนองโครงการตามแนวพระราชดำริในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ในประเทศ นอกจากนี้งานวิจัยยังสามารถช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

2. เพื่อสำรวจรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

3. เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การให้ความหมาย หมายถึง การให้อธิบาย คำนิยามของการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนของวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การเยี่ยมชมนิทรรศการหนังใหญ่วัดขนอน พร้อมทั้งการสาธิตการแสดงหนังใหญ่ ตลอดจนการเรียนรู้และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมภายในวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยววิถีชุมชนของวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

วัดขนอน หมายถึง วัดขนอน หมู่ 4 ตำบลสร้อยฟ้า อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีและประสบการณ์จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยผู้วิจัยได้พบว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

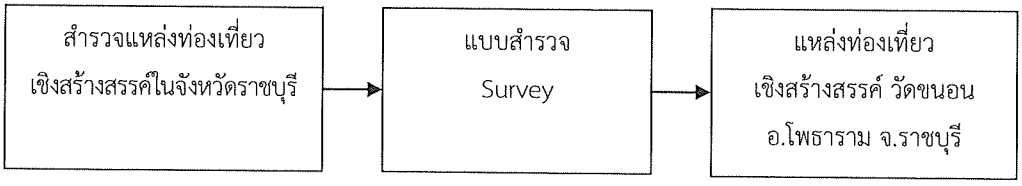
1. ขั้นสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในราชบุรี ได้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

2. ขั้นวิจัยเอกสารที่เกี่ยวกับสถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวไทย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

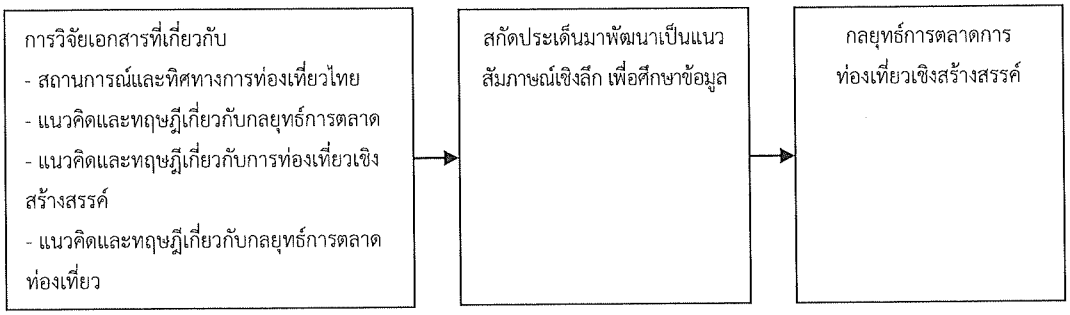
3. การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2557, น. 8)

ขั้นตอนที่ 1

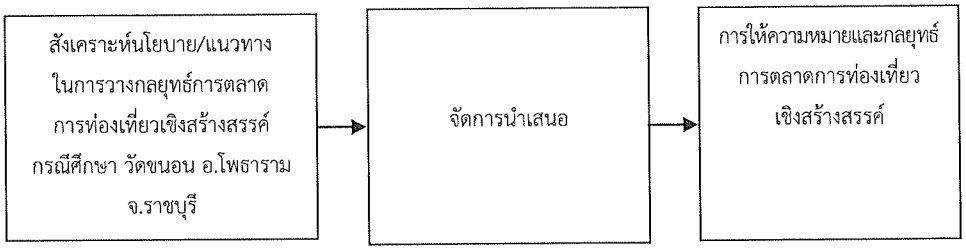
สัมภาษณ์เชิงลึก



ขั้นตอนที่ 2



ขั้นตอนที่ 3



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

2. ขอบเขตด้านประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานการท่องเที่ยว เจ้าอาวาสและพระวัดขนอน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว รวมจำนวน 17 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ของการวิจัย วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึง พฤษภาคม 2561

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำมาเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ที่เกี่ยวด้านการท่องเที่ยวในการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยจัดเตรียมเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ ได้แก่ เครื่องอัดเสียง ปากกา สมุดจดบันทึก กล้องถ่ายภาพ เพื่อช่วยบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้วิจัยจดบันทึกไม่ทัน ให้มีความละเอียดมากขึ้น ซึ่งในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยก่อนการสัมภาษณ์จะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์การศึกษาให้กลุ่มตัวอย่างทราบก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัยผู้วิจัยรวบรวมจากเอกสาร บทความ จากงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว เอกสารเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เอกสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ข้อมูลจากวัดขนอนที่ได้รวบรวมไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยมีลักษณะแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวด้านการท่องเที่ยวในการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ที่เกี่ยวด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย
3. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านเนื้อหา ภาษา ความครอบคลุมรายละเอียดที่เกี่ยวกับการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. ทดสอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในด้านเนื้อหา ภาษาที่เกี่ยวกับการให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์เชิงลึกให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) มีวิธีการตรวจสอบ 4 วิธี (สุภางค์จันทวานิช, 2553, น. 128-130) ได้แก่

1. การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล (Data Triangulation) แหล่งที่จะพิจารณาในการ ตรวจสอบ ได้แก่
   แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่
   แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่
   แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่
2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ ตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกต แทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตโดยตลอด ในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนาม ควรเปลี่ยนให้มีผู้วิจัยหลายคน
3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด
4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบ Triangulation เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกต และการตีความ (Interpretation) จากพฤติกรรม และอวัจนภาษา ระหว่างการให้สัมภาษณ์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการเทียบเคียงรูปแบบ (Pattern Matching) โดยการสร้างข้อสรุปจากการเก็บข้อมูลที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (Theory) และงานวิจัยที่ผ่านมา โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของไมล์และฮูเบอร์แมน (Miles & Huberman, 1994, pp. 10-11) ที่ได้เสนอแนะถึงขั้นตอนการจัดการกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิจัยในรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดข้อมูล (Data

Reduction) การจัดรูปข้อมูล (Data Display) และการร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion drawing and verification) โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (Yin, 2003, p. 9)

2.1 การลดข้อมูล หมายถึง กระบวนการคัดเลือก การเน้น การทำให้อยู่ในรูปที่ เข้าใจง่าย การย่อความ และการแปลงข้อมูลด้วยการลดข้อมูลดิบให้พร้อมสำหรับการนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป การจัดกระทำกับข้อมูลด้วยการลดข้อมูลนี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตลอดการทำวิจัย รวมถึงก่อนที่จะเริ่มทำการวิจัยก็ต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับแนวทางการลดข้อมูลนับตั้งแต่การระบุกรอบแนวคิดการวิจัย กรณีศึกษา ที่ต้องการทำวิจัย ปัญหาการวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมแล้วด้วย สิ่งที่ผู้วิจัยกระทำในการลดข้อมูลคือ การเขียนสรุป การให้รหัส การร่างหัวข้อย่อยที่เกี่ยวข้อง การจัดกลุ่ม การสร้างหลักในการจำแนกกลุ่มของข้อมูล การเขียนบันทึกเพื่อเตือนความจำหรือความคิดที่ร่างไว้ โดยได้จัดทำเป็นบันทึกการสัมภาษณ์

2.2 การจัดรูปข้อมูล หมายถึง การสร้างรูปแบบข้อมูลที่สามารถสื่อสารกับผู้อ่าน ให้เข้าใจง่าย โดยการใช้ข้อมูลภายหลังการลดข้อมูลและนำมาจัดรูปข้อมูล เพื่อพิจารณาถึงข้อมูลที่มีความเหมือนกัน เพื่อยืนยันความถูกต้องและพิจารณาถึงความต่างกันของข้อมูลดังกล่าวเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อสรุปของการวิจัย

2.3 การร่างข้อสรุปและการยืนยัน หมายถึง การตีความ การทำความเข้าใจถึง รูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าวัดขนอนมีการจัดการโดยคนในชุมชนเป็นชาวบ้านมาช่วยกันทำกิจกรรมโดยมีเจ้าอาวาสเป็นหัวเรือใหญ่ มีการแสดงหนังใหญ่ให้ประชาชนได้เรียนรู้ มีการแสดงการทำหนังใหญ่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีการทำ มีพระอุโบสถให้ประชาชนได้กราบไหว้ มีหลวงปู่กล่อมอยู่ในพระอุโบสถ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่รู้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในวัดขนอนส่วนมากต้องการมาดูการแสดงหนังใหญ่และตัวหนังใหญ่ มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงคือพิพิธภัณฑ์วัดม่วง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ทางผ่านนักท่องเที่ยวต้องตั้งใจเข้าไปนักท่องเที่ยวจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านศิลปะวัฒนธรรมโดยเฉพาะหรือนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาหาความรู้ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดขนอนเป็นไปได้ยากพอสมควร วัดขนอนนั้นมีตัวหนังใหญ่ที่เป็นอัตลักษณ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่านี้ การที่มีการบริหารจัดการในชุมชนนั้นทำให้ภาครัฐและเอกชนไม่สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้มากเท่าที่ควร จึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ได้ ซึ่งจริงๆ วัดขนอนนั้นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจไปเที่ยวกาญจนบุรีหรือราชบุรีสามารถแวะเข้าไปท่องเที่ยวได้ เนื่องจากวัดขนอนอยู่ไม่ห่างจากถนนใหญ่ที่จะไปตัวเมืองมากนัก

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น คือการที่นำผลิตภัณฑ์ในชุมชน มาพัฒนา ต่อยอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้รับรู้ประสบการณ์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น ไม่ใช่แค่การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วผ่านไป ในขณะที่การดำเนินรูปแบบได้มีการนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ด้วย โดยมี 7 ประการ สามารถสรุปการศึกษาได้ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ตัววัดขนอนนั้นมีความเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ตัวหนังใหญ่มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย 2) ด้านราคา ควรมีการเก็บค่าสถานที่อย่างเช่นห้องน้ำ เพื่อเป็นค่าดูแลสถานที่ 3) ด้านช่องทางการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ควรเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านศิลปะ และวัฒนธรรม นักเรียนและนักศึกษาที่มีความสนใจมีการจัดงานประจำปีของวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ 4) ด้านสถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสถานที่วัดขนอนอยู่ใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์วัดม่วง แต่ยังอยู่ห่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ควรมีช่องทางการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษทั้งในเว็บไซต์ และ เฟสบุ๊ค

5) ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่เป็นคนในชุมชน เพื่อสามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สามารถพูดภาษาต่างประเทศได้ มีใจรักงานบริการ 6.) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตัวแหล่งท่องเที่ยวเป็นวัดประชาชนทุกคนสามารถเข้าชมได้ คนในวัดและชุมชนจึงควรเป็นเจ้าภาพที่ดี 7) ด้านกระบวนการท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมใหญ่ปีละ 1 ครั้ง คือเทศกาลงานสงกรานต์ ถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับวัดขนอน และยังได้สืบสานประเพณีงานสงกรานต์ที่มีมาตั้งแต่สมัยอดีต จากที่กล่าวมานั้นเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เข้ามามีส่วนช่วยให้การวางแผนและการดำเนินงานของวัดขนอนให้ประสบผลสำเร็จ แต่พบว่ายังมีปัญหาเนื่องจากตัววัดขนอนนั้นยังอยู่ห่างกับแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวอื่น นักท่องเที่ยวที่ไปวัดขนอนนั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดขนอน มีการพัฒนาวางแผนแหล่งท่องเที่ยวระหว่างคนในชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชนที่จะเข้ามาสนับสนุน ร่วมกันรักษาภาพลักษณ์ของวัดขนอน ความสะอาดของสิ่งแวดล้อมภายในวัด ช่วยกันอนุรักษ์และคงอัตลักษณ์ของวัดขนอนไว้ ให้ชาวบ้านในชุมชนร่วมกันวางแผน ดำเนินงาน รวมถึงร่วมกันประเมินผลเพื่อพัฒนาวัดขนอนต่อไป มีการประชาสัมพันธ์ทั้งจากภาครัฐและเอกชนมากขึ้น ช่วยประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media อื่นๆ

อภิปรายผล

การให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มุ่งไปหากิจกรรมที่จะตอบโจทย์ในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ การมีส่วนร่วมของชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กัน นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น มีส่วนร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว

การให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี คือการที่นักท่องเที่ยวได้รับชมการแสดงหนังใหญ่ ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิม การทำหนังใหญ่ ให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำการเชิดหนังใหญ่ และยังมีวัฒนธรรมประเพณีของวัดขนอน ซึ่งเป็นงานใหญ่คืองานสงกรานต์จัดขึ้นประจำทุกปี มีการให้นักท่องเที่ยวได้ใส่ชุดไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัณณ์วิสุทธิ์ ตั้งพรโชติช่วง (2559) เรื่องการให้ความหมายและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ไร่คุณมน อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านมาพัฒนา เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาท่องเที่ยวจริง ไม่ใช่เป็นการท่องเที่ยวตามกระแสนิยม

กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี กลยุทธ์การตลาดด้านราคา ควรมีการเก็บค่าสถานที่ อย่างเช่นห้องน้ำเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญควรมีการดูแลรักษาอย่างดี ด้านช่องทางการนำเสนอ ควรมีการโฆษณาในเว็บไซต์มากกว่านี้ ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ด้านส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวควรมีการจัดงานประจำปีของวัดทำปฏิทินงานเทศกาลของวัด ด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ควรมีบุคลากรการท่องเที่ยวเป็นคนในชุมชน มีใจรักบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยว คนในชุมชนควรเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านกระบวนการท่องเที่ยว ควรจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าชมได้ รวมถึงผู้พิการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิจัยของจิรัญญา ศรีรัตน์ (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : วิกหัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ในการใช้กลยุทธ์การตลาด 7P เข้ามามีส่วนช่วยในการวางแผนและดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์การท่องเที่ยว 5 A

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการเข้าถึงที่สะดวกสบายมากขึ้น อย่างเช่นรถประจำทางจากอำเภอเมืองไปถึงยังวัดขนอนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อาจจะไม่จำเป็นสำหรับวัดขนอน เนื่องจากวัดขนอนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบทางผ่านรอบๆ วัดขนอน ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นทำให้

นักท่องเที่ยวต้องตั้งใจเข้าไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ตัววัดขนอนนั้นมีความเป็นอัตลักษณ์อยู่แล้วสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอด กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากกว่านี้ เนื่องจากกิจกรรมของวัดขนอนยังไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้นาน นักท่องเที่ยวที่มีเที่ยววัดขนอนส่วนมากมาดูการแสดงหนังใหญ่แล้วก็เดินทางกลับ บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว ควรมีการเก็บค่าเข้าห้องน้ำกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นค่าจ้างคนดูแลรักษาห้องน้ำเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวห้องน้ำนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และควรมีร้านอาหารเนื่องจากการแสดงของวัดขนอนนั้นจะจบในช่วงกลางวันพอดี เมื่อนักท่องเที่ยวชมการแสดงเสร็จจะได้รับประทานอาหารกลางวันเลยเพื่อไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. อยากให้วัดขนอนตอกย้ำตัวหนังใหญ่มากกว่านี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางคนยังไม่รู้จักตัวหนังใหญ่ของวัดขนอนดี ซึ่งตัวหนังใหญ่วัดขนอนนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์สามารถนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้มากกว่านี้
2. วัดขนอนสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ดีพอ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่สำคัญมาก อย่างเช่นห้องน้ำหรือร้านอาหารจะทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
3. วัดขนอนควรมีพันธมิตรทางด้านการค้ามากกว่านี้ มีการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดราชบุรีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากวัดขนอนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเท่านั้น
4. วัดขนอนควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในตัวหนังใหญ่มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วัดม่วง เนื่องจากพิพิธภัณฑ์วัดม่วงนั้นอยู่ใกล้วัดขนอน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อจากวัดขนอนได้ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาเที่ยวมากยิ่งขึ้น เนื่องจากวัดขนอนไม่ได้อยู่ติดถนนหลักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องตั้งใจเข้ามาท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนไม่อยากเสียเวลาเข้ามา แต่ถ้านักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งที่ไม่ไกลจากวัดขนอนอาจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามามากยิ่งขึ้น
2. ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์กลยุทธ์เพิ่มเติมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ทิศทางการตลาดท่องเที่ยว 2560*. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2561, จาก https://www.tourismthailand.org

จิรัญญา ศรีรัตน์. (2559). *ที่ศึกษาเกี่ยวกับการให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาด ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : วิกหัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปิรันธ์ ชิณโชติ. (2559). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง*. *viridian E Journal, Silpakorn University, 9*(1).

ผู้จัดการออนไลน์. (2554). *รอบรู้เรื่องท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2561, จาก https://mgronline.com/travel

ภัยมณี แก้วสง่า. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย*. นครราชสีมา: สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2557). *การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัย ในภูมิภาคตะวันตก ประเทศไทย*. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2558). *การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวแบบดาร์กทัวร์รีซึ่มพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี* ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัณณ์วิสุทธิ์ ตั้งพรโชติช่วง. (2559). *การให้ความหมายและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาไร่คุณมน อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี*. นครปฐม: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สันติ แซ่เล้า. (2556). โครงการเสนอแนะ การออกแบบภายในหอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ภายใต้แนวความคิดการศึกษาภูมิปัญญาหนังใหญ่ วัดขนอน จ.ราชบุรี.

Richards, G , & Reymond, C. (2000). Creative tourism, Atlas New. *Journal of Tourism Consumption and Practice, 4*(2), 2012.

Valery, G., & Marina, M. (2555). *Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art*. Programme of Fundamental Studies of the Higher School of Economics in 2010-2012.

ที่ ศธ ๐๕๔๔.๙/๗๐๖๐

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๐๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง หนังสือรับรองการเข้าร่วมการนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการระดับชาติ

เรียน นายกัมปนาท เพชร์แก้ว

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง การให้ความหมายและรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เพื่อเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัย ในรูปแบบบรรยาย (Oral Presentation) ในการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ ๑๐ "ถักทองานวิจัยท้องถิ่น.....ก้าวไกลสู่สากล (Connecting Local Research to International Perspectives)" โดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กับเครือข่ายมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ และภาคีเครือข่าย ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ในวันที่ ๗ – ๘ สิงหาคม ๒๕๖๑ ณ อาคารยุพราชเบญจมงคล (อาคาร ๓๑) มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา

บัดนี้ ผลงานวิจัยของท่าน**ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ** (Peer Review) ให้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในวันและเวลาดังกล่าวหากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อสอบถามได้ที่รองศาสตราจารย์เอกรัตน์ เอกศาสตร์ รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๖-๖๕๓๗๐๐๗

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชคัตตรัย รยะสวัสดิ์)
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

สถาบันวิจัยและพัฒนา
โทร. ๐ ๔๔๒๗ ๒๙๔๑
โทรสาร. ๐ ๔๔๒๗ ๒๙๔๑