



Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี

CULTURE
CULTURE

SERVICE
SERVICE

LOGISTICS
LOGISTICS

IN THE ECOSYSTEM
IN THE ECOSYSTEM





คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565
Culture – Service – Logistics in the Ecosystem

1. อาจารย์ ดร.ชัชฌาพงศ์ ศิริโชตินิศากร	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุดจระ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวีรวงศ์ชัย	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธนา ลิขพันธ์นรกิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต สังข์เฉย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาดาธิเบศร์ ภูทอง	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภนันท หอมสุต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก	คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิตา นิลอรุณ	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม	คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง	วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวินิจ	วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





- | | |
|---|---|
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวชัย พิทักษ์ทิม | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกฉัตร ต้นศิริ | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สิริภาณุฉณ์ ทวีพิธานันท์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 33. อาจารย์ ดร.กมลทิพย์ กันตะเพ็ง | โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ |
| 34. อาจารย์ ดร.ไข่มุกด์ วิกฤษักดา | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 35. อาจารย์ ดร.จันทร์เมธา ศรีรักษา | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 36. อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 37. อาจารย์ ดร.दनัย ลิสวัสดิ์รัตนกุล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 38. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 39. อาจารย์ ดร.นุชนนทร กาฬสมุทร | คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 40. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 41. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 42. อาจารย์ ดร.ประภัสสร มีน้อย | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 43. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 44. อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมะดี | วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 45. อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 46. อาจารย์ ดร.ภวินท์ธนา เจริญบุญ | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 47. อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 48. อาจารย์ ดร.รพีพัฒน์ ศรีศิลารักษ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 49. อาจารย์ ดร.ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล | วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ |
| 50. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 51. อาจารย์ ดร.ศราวีสดี นวกัณฑ์วรกุล | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 52. อาจารย์ ดร.สุวรรณณา เขียวภักดี | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 53. อาจารย์ ดร.อชิป จันท์สุรีย์ | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 54. ดร.ยิ่งศักดิ์ ไกรพินิจ | กระทรวงศึกษาธิการ |





สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกัญชาและทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่มีส่วนผสมของกัญชา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดเพชรบุรี นราริษฐ์ เขียวสนั่น, กรกนก สมรูป และ ทิชาญา เรืองโรจน์.....	841
---	-----

EVALUATING THE OPERATING EFFICIENCY OF CONTAINER TERMINAL:
AN EMPIRICAL STUDY ON LAEM CHABANG PORT IN THAILAND

<i>Jiraporn Bokhamkerd and Wen-Kai Hsu</i>	854
--	-----

การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากข้าวหอมใบเตย พรพิพัตน์ เจริญพร และ นราธร สัตย์ซื่อ.....	880
---	-----

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหาร บริเวณตลาดพลู เขตธนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร สุณัฐสุดา ศรีวีระกุล, ณิกานต์ มะธูป, ดลนภา สัมบุญญานนท์, ดลพร สุขนิรันดร์, รุจิรา ชัยกุลประพัฒน์ และ รักชนก โสภาทิศ.....	891
--	-----

ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อ ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี บุญยนุช ทับทอง, ธนกร เจริญบุญชู, อัมรินทร์ กลิ่นชื่น, ปิยะวรรณ ไทตระไวคยะ และ มนต์สินี บุญมีศ.....	906
---	-----

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สออกกำลังกายออนไลน์ของประชากรกลุ่มเจนเนอร์เรชันวาย ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) จีราภา สตะเวทิน, ศุภลักษณ์ ศรีสำอางค์, เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ, เอกกฤต เลิศวิทยาประดิษฐ์, เขาวลิต ตรีภตรอง และ ชินวัฒน์ นิลโมจน์.....	919
--	-----





ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อ ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

CREATIVE TOURISTS' EXPERIENCES RELATED TO WORD-OF-MOUTH IN THE OLD TOWN ALONG THE
PHETCHABURI RIVER PHETCHABURI PROVINCE

ปณนุช ทับทอง ¹ ธนกร เจริญบุญชู ² อัมรินทร์ กลิ่นชื่น ³
ปิยะวรรณ โทตระไวศยะ ⁴ และ มนัสลินี บุญมีศรีสง่า ⁵

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี และ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 140 คน ผ่านการตอบแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานบรรยาย และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแบบ Chi-square ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์และการบอกต่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแบบ Chi-square พบว่า ประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี Sig. < 0.05 ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาวางแผนกำหนดนโยบาย ข้อควร ปฏิบัติในชุมชน หรือ นำไปวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต และเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการได้ทราบประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

คำสำคัญ : ประสบการณ์นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี





Abstract

The objectives of this research were to study the tourism experiences of creative tourists related to word-of-mouth in communities in the old town along the Phetchaburi River. And to analyze the relationship between creative tourism experiences and word-of-mouth of tourists in the old town along the Phetchaburi River Phetchaburi Province. This research is quantitative research. Collecting data from Thai tourists who come to travel in the old town along the Phetchaburi River. Phetchaburi Province, 140 people passed the questionnaire of Google Form. Analyzed using descriptive basic statistics. and data analysis using Chi-square statistics. The overall creative and word-of-mouth traveler experience was at a high level. The results showed that the overall creative and word-of-mouth traveler experience was at a high level. The results from the data analysis using Chi-square statistic found that experience was related to word-of-mouth of creative tourists in the old town along the Phetchaburi River Phetchaburi Province Sig. < 0.05. This research result is a guideline for government agencies responsible for developing and promoting creative tourism in communities in the old town along the Phetchaburi River Phetchaburi Province. To study, plan, formulate policies, guidelines, practices in the community or to plan tourism strategies in the future and as a guideline for entrepreneurs to know the demographics of creative tourists and to be consistent with the behavior of creative tourists in the old city community along the Phetchaburi River Phetchaburi Province.

Keywords: Tourist experience, Creative tourist, Community in the old town along the Phetchaburi River





บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน อีกทั้งยังมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางการเกษตร ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ อื่น ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น (Wongwanich, 2003) ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวและจากการจัดกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชีวิต การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (SukhothaiThammathirat Open University, 2009) ในอดีตเรารู้จักกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยการนำนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ที่มีความโดดเด่นมีผลงานสร้างสรรค์มีเอกลักษณ์พิเศษ เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผ่านการสาธิตหรือการรับรู้ที่มาของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม และได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันมีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางการท่องเที่ยวในอนาคต และพัฒนาต่อยอดมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กระแสของการท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนตามกระแสของการพัฒนาของโลก โดยมีแนวคิดที่ว่า “นักท่องเที่ยว” ในยุคใหม่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ของการเสพความสุขจากการบริการ หรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ “นักท่องเที่ยว” ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีผลทำให้รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่คือ นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินใจหรือความสุขทางจิตใจแล้ว ยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกันในสังคม เป็นการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงของคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคมเป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น และเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจกันคนในสังคม เพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อันจะทำให้สังคม เกิดความสงบสุข” (กรมการท่องเที่ยว , 2560) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับชุมชน และได้พัฒนา หรือได้ใช้ศักยภาพความสามารถของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชน ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้แลกเปลี่ยน ทำความเข้าใจในคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยผ่านประสบการณ์กับเจ้าของพื้นที่ และเจ้าของวัฒนธรรมโดยตรง องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2559) อพท. ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ เรียนรู้ ดูของจริง และลงมือทำ รวมถึงการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสถึงวิถีชุมชนอย่างแท้จริง ได้เรียนรู้ผ่านการลงมือทำไปพร้อมกับชาวบ้าน เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตที่เรียบง่าย พานักท่องเที่ยวเข้าไปอยู่กับวิถีชีวิตจริงกับคนในชุมชน และในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ และให้ความสำคัญกับประสบการณ์การท่องเที่ยว อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน





ด้วยเหตุผลดังกล่าวของคณะผู้ศึกษาวิจัยจึงสนใจศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและอยากเข้าไปสัมผัสกับความเป็นวิถีชุมชนเมืองเก่ามากกว่านักท่องเที่ยวรุ่นก่อน ๆ ที่ต้องการเพียงความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวเป็นหลักสำคัญ และต้องการทราบเหตุผล จึงได้มีการค้นคว้าเกิดขึ้นเพื่อนำผลจากการวิจัยไปแก้ปัญหาในจุดด้อยของการพัฒนาชุมชนหรือประยุกต์ให้การปฏิบัติงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีเหตุผลสมควรและเกิดประโยชน์ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์นักท่องเที่ยว

Tung and Ritchie (2011) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้นมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดจำทางด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ใน ระหว่างการเดินทาง แม้ว่าประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้จะเกิดขึ้นในอนาคต ประสบการณ์ส่วนบุคคล กระบวนการทางจิตใจ ให้ความสำคัญกับลักษณะประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ Fesenmaier and Xiang (2014) กล่าวว่า ประสบการณ์การเดินทางสามารถรวมกลุ่มและขายพร้อมๆกับสถานที่ท่องเที่ยว จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตโดย Kim, Hallab and Kim (2012) พบว่า ประสบการณ์ด้าน การท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีความตั้งใจท่องเที่ยวใหม่ ประสบการณ์การท่องเที่ยวยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ ปลายทาง ซึ่งเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รูปภาพที่เกิดจากการท่องเที่ยวมักถูกจัดเป็น ความรู้ความเข้าใจ ดังนั้น การมีอิทธิพลทางอ้อมจึงทำให้เกิดความตั้งใจผ่านรูปภาพปลายทาง เนื่องจากการศึกษาพบว่า รูปภาพปลายทางมีส่วนช่วยในการทบทวนความตั้งใจ ส่วน Tan (2016) พบว่า ทัศนียภาพมีบทบาทสำคัญในการการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง อดีตยังก่อให้เกิดความ ตั้งใจในอนาคตอีกครั้งสำหรับการเลือกปลายทางในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การวิเคราะห์หลายกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประสบการณ์ที่คุ้นเคยส่งผลต่อการเข้าเยี่ยมชมซ้ำในการท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง เมื่อเผชิญกับข้อจำกัด ส่วนด้านการพักผ่อน ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว และด้านภาพลักษณ์ ปลายทางนั้นไม่ส่งผลต่อการเข้าเยี่ยมชมซ้ำในการท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเมื่อเผชิญกับข้อจำกัด

การนำแนวคิดการจัดการประสบการณ์ของแต่ละประเภทไปออกแบบกิจกรรม การท่องเที่ยว ต้องเลือกรูปแบบท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประสบการณ์ที่ต้องการส่งมอบให้นักท่องเที่ยว รวมถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ด้วย (เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว, 2563) มี 5 ประเภท ประกอบด้วย 1) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่เน้นการลงมือ





ปฏิบัติ เป็นการใช้ระบบประสาทส่วนการสัมผัสมาเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์ ผู้ประกอบการอาจเน้นระบบใดระบบหนึ่ง หรือผสมผสานเพื่อใช้กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เห็นคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยว 2) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องราว ซึ่งผู้ประกอบการ อาจใช้เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ การจัดการประสบการณ์ประเภทนี้ผู้เล่าเน้นว่ามีบทบาทสำคัญ 3) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ให้ความโดดเด่น ของสถานที่ซึ่งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจแนวคิดของสัญวิทยาที่ใช้สัญลักษณ์อันมีองค์ประกอบที่เรียกว่าสัญลักษณ์ ที่เกิดจากการถอดรหัสร่วมกันตลอดจนเป็นการตีความที่สร้างความหมายของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว 4) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้เหตุการณ์งาน ประเพณี เป็นการจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวผ่านเทศกาลงานประเพณี ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ สัมผัสแนวความคิดทางความเชื่อ วัฒนธรรมแต่ละถิ่นที่อยู่ ตลอดจนอาจมีโอกาสได้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน และ 5) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวเน้นทางอารมณ์ความรู้สึก มีประเด็นสำคัญที่การสร้างความรู้สึก ฉับพลันเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปสถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวแล้วระบบรับรู้ความรู้สึกทางหน้าที่ตามวิถีประสาท เกิดเป็นความรู้สึกทันทีฉับพลันโดยอารมณ์อาจออกมาได้หลายอย่าง เช่น ชอบอย่างสุดซึ้ง หดหู่เศร้าใจ ประหลาดใจอย่างมาก กลัวจนขนหัวลุก เป็นต้น

สรุปได้ว่าประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่หลากหลายเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ได้รับรู้สิ่งต่างๆที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เหตุการณ์ ผู้คน จุดหมายปลายทาง รวมถึงผู้ร่วมเดินทางด้วย นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือคล้ายคลึงกันไปในแต่ละที่ โดยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป และการเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ

การสื่อสารแบบบอกต่อ หมายถึง การสื่อสารที่พูดถึงข้อมูล ความคิดเห็นหรือคำวิจารณ์จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า และคุณภาพสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยข้อความที่พูดคุยกันนั้นเกิดจากการรับรู้ที่แตกต่างกันซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันภายในกลุ่มลูกค้าและมีการแพร่กระจายออกไป (Rosen, 2000) ธุรกิจในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบบอกต่อเพราะการสื่อสารแบบบอกต่อมีอิทธิพลมาจากความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้นจึงต้องการบอกเล่าประสบการณ์และผลลัพธ์ไปยังบุคคลอีกบุคคลหนึ่ง วิธีการสื่อสารแบบบอกต่อมีอิทธิพลในการจูงใจและโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความสนใจได้ (Solomon, 2004)

สรุปได้ว่าการสื่อสารแบบบอกต่อคือการสื่อสารที่บุคคลหนึ่งพูดถึง หรือวิจารณ์สิ่งนั้นส่งต่อไปยังอีกบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการต่างๆ เป็นการจูงใจและโน้มน้าวให้ลูกค้าสนใจ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คริสติน เรย์มอนด์ และ เกร็ก ริชาร์ด ได้ร่วมกันกำหนดและให้คำนิยามการเป็นครั้งแรก เรียกการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง “การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว” การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เติบโตและขยายตัวเพื่อตอบสนองผู้บริโภคทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ที่กำลังมองหาประสบการณ์ในลักษณะการมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติมากขึ้นช่วยส่งเสริมโอกาสให้พวกเขาพัฒนาตนเองอย่างสร้างสรรค์และสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบเดิม (Richards & Raymond, 2000; Ohridska-olson & Ivanov ,2010) ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เชื่อมโยงกับ 3 แนวคิด คือ 1.) อุตสาหกรรม





สร้างสรรค์ 2.) เมืองสร้างสรรค์ และ 3.) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวดังกล่าวนี้มีความแตกต่าง และมีความโดดเด่นกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังคำนิยามของ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559) ที่ว่า “เรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ” และยัง “เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบหนึ่งที่ต่อยอดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยองค์การยูเนสโก ได้ให้นิยาม ความหมายไว้ว่า “เป็นการเดินทางที่มุ่งตรงสู่การมีส่วนร่วมและประสบการณ์จากของแท้ในรูปแบบการเรียนรู้มีส่วนร่วมใน ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะของสถานที่ที่มีความเป็นพิเศษและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เชื่อมโยงสื่อสารกับชุมชน ในพื้นที่ที่สร้างวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะในพื้นที่นั้น ๆ ”

สรุปความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่ต่อยอด หรือเปลี่ยนแปลงมาจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งในแต่ละชุมชนสร้างสรรค์การท่องเที่ยวจากศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนจากสิ่งที่มีอยู่ และยังคงเอกลักษณ์ไว้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวลงมือทำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรง

4. ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

ชุมชนย่านเมืองเก่าเพชรบุรี นับเป็นชุมชนแห่งเมืองประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมโบราณ และวิถีชุมชนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ชุมชนย่านเมืองเก่าเพชรบุรี มี 3 ชุมชนด้วยกัน ประกอบด้วย 1) ชุมชนถนนคลองกระแซง 2) ชุมชนตลาดริมน้ำ และ 3) ชุมชนวัดเกาะ ทั้ง 3 ชุมชนยังมีเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงอาหารในแต่ละชุมชนยังมีความแตกต่างกัน และมีลักษณะเด่นเฉพาะชุมชนอีกด้วย ในประวัติศาสตร์ของเมืองเพชรระบุว่าชุมชนทั้ง 3 ชุมชนอยู่ในบริเวณกลางเมืองเพชรบุรี เป็นเมืองเก่าที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นเวลาเกือบพันปีโดยไม่เคยโยกย้ายที่ตั้ง และผู้คนไม่เคยหายไปไหน ฉะนั้นความน่าสนใจและความน่าทึ่งของเพชรบุรี คือยังคงความโดดเด่น หรือเอกลักษณ์ของสิ่งของ ศิลปะ วัฒนธรรมโบราณ และวิถีชุมชนที่ยังคงไว้เหมือนเดิมไม่เคยเปลี่ยนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุจิตรา หนูมี (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อความทรงจำ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี แสดงถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจ โดยประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความทรงจำและความพึงพอใจ ขณะเดียวกันตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม



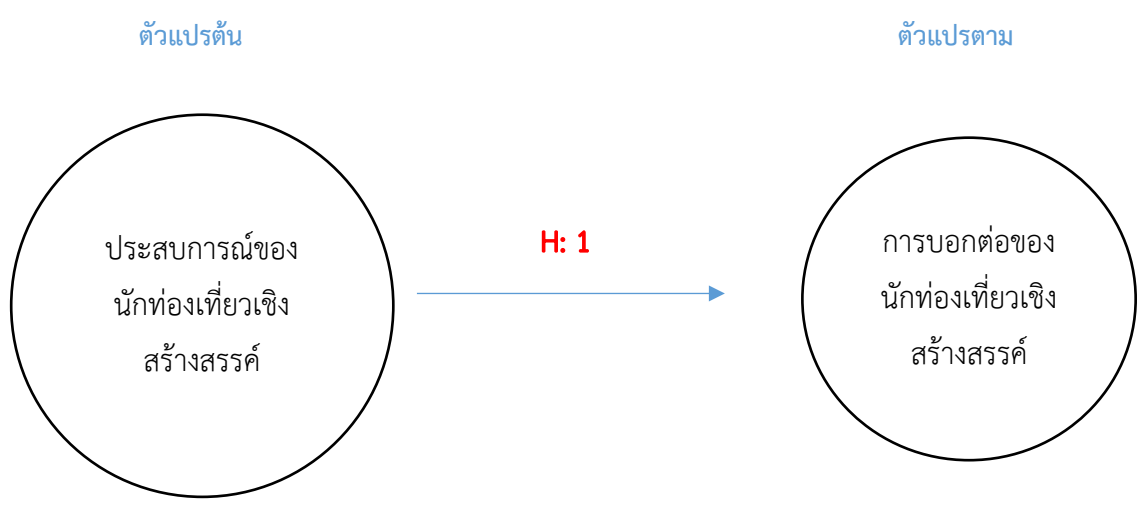


ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน (2021) ได้วิจัยเรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการ วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัด นครราชสีมา โดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านกิจกรรม

ศุติติก ลาภีกัน และวิชญพงษ์ โพธิ์ทิพพ (2021) ได้วิจัยเรื่อง อิทธิพลของจิตวิทยาของคณะกรรมการสหกรณ์ต่อพฤติกรรมการบอกต่อในการใช้บริการของพนักงานสหกรณ์ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของจิตวิทยาของคณะกรรมการสหกรณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการบอกต่อในการใช้บริการของพนักงานสหกรณ์ในประเทศไทยและ 2. เพื่อศึกษาตัวแปรความพึงพอใจระดับองค์กรของสหกรณ์ในฐานะตัวแปรค้ำกลางความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิทยาของคณะกรรมการสหกรณ์และพฤติกรรมการบอกต่อในการใช้บริการของพนักงานสหกรณ์ในประเทศไทย

สุมาลย์ ปานคำ และ นัทธมน พลายบัว (2021) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรอบแนวความคิด





วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรต้นได้แก่ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และตัวแปรตาม ได้แก่ การบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ปี 2564 จำนวน 140 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ใช้การคำนวณแบบทราบขนาดของประชากร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรทราบขนาดประชากรของทาโร ยามาเน (1973)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิำเนา (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว (Check List)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำจังหวัดเพชรบุรี 6 ด้าน (Likert Scale) 1. ด้านลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว 2. ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว 3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4. ด้านการเข้าถึง 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6. ด้านความปลอดภัย

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำจังหวัดเพชรบุรี (Likert Scale) ในลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ โดย Google Form ให้คำตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่าระดับความคิดเห็น โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามลำดับข้อมูล กำหนดความหมายของคะแนนไว้ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	ระดับมากที่สุด
4	ระดับมาก
3	ระดับปานกลาง
2	ระดับน้อย
1	ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 140 คน เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 27.9 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.7 และเพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 6.4 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ช่วง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมาช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.4 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในช่วงปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.4 และส่วนใหญ่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา คิดเป็น





ร้อยละ 59.3 มีรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 49.3 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 55.0

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมา 1 – 4 ครั้ง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 92.1 ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 2 – 3 คน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และส่วนใหญ่เดินทางมาครบครอบครัว จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่องกิจกรรมของการท่องเที่ยวให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมระบบนิเวศความเป็นวิถีชีวิตของชุมชน ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.54 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอและห้องสุขา สะอาดเพียงพอ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.39 เท่ากัน ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว มีความเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่อง อธิยาศัย ความเป็นมิตร รวมถึงการบริการ ที่ดีของคนในชุมชน ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.53 ด้านบุคลิกภาพและด้านความปลอดภัย มีความเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เท่ากัน โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเห็นด้วยมากในเรื่อง เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคือมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.40 ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความปลอดภัยเห็นด้วยในเรื่อง มีพื้นที่ในการทำกิจกรรมที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงการเว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัย ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.39 ด้านการเข้าถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่อง สภาพถนนทางเข้ามีความสะดวก/เข้าถึงง่าย ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.34 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม ด้านการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 โดยพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของการบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ดีและไม่ดี ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่นฟัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4.49 รองลงมามีค่าเฉลี่ยมาผู้ตอบแบบสอบถามจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีแก่ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4.45 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบอกต่อครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4.40 ผู้ตอบแบบสอบถามมักหาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวท่านอื่นจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4.39 และเมื่อผู้ตอบแบบสอบถาม ได้



ยีนบุคคลอื่น ๆ พูดยถึงการท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในทางลบท่านยินดีจะช่วยเหลือแก้ไข มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4.35 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลข้อมูลทั่วไปและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20 – 30 ปี จำนวน 96 จำนวน คิดเป็นร้อยละ 68.6 มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 เป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีรายได้ส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0

สรุปผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรประสพการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

ประสพการณ์ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร ได้แก่ 1. ด้านลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว 2. ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว 3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4. ด้านการเข้าถึง 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6. ด้านความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการคิดเห็นใน (1) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 4.48 , S.D. = 0.638 (2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 S.D. = 0.763 (3) ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว มีความเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 , S.D. = 0.722 (4) ด้านลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัย มีความเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เท่ากัน ซึ่งด้านลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว S.D. = 0.721 ด้านความปลอดภัย S.D. = 0.723 และด้านการเข้าถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ,S.D. = 0.768 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รวมดังนี้ \bar{X} = 4.42 ,S.D. = 0.697

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์กับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

การศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับประสพการณ์กับการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Chi-square) ระหว่างประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวกับการบอกต่อ จากสมมติฐานที่ตั้งไว้สามารถสรุปผลการศึกษาตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : สมมติฐานที่ 1 : ประสพการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มี

ความสัมพันธ์กับการบอกต่อชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี



จากสมมติฐานที่ 1 พบว่า ประสพการณ์การท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยว 3) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว 4) ด้านการเข้าถึง 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เพราะว่า Sig. < 0.05

จากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่มีความน่าสนใจและสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

5.2.1. สมมติฐานที่ 1 พบว่าประสพการณ์มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลวิจัยของ (Abd Razaka Shamsudinb Abdul 2019) พบว่า ประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการสร้างประสพการณ์โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทัศนคติทางบวกที่อยู่ภายใต้จิตใจสิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถจัดทำข้อเสนอแนะในการนำเสนอเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและองค์กรที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นลักษณะครอบครัวกลุ่มเล็ก ๆ และโดยสารมาด้วยรถส่วนตัว รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง ดังนั้นผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมมาไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. นำไปต่อยอดเพื่อสร้างกลยุทธ์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี และอนุรักษ์ความเป็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้เด่นชัด เพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3. จากการศึกษาพบว่า ประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับการบอกต่ออยู่ในระดับมาก ดังนั้น การที่จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ให้ได้รับความพึงพอใจและการบอกต่อในระดับมากที่สุด จึงต้องให้การมีส่วนร่วมของบุคคลทุกภาคส่วน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี” มีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับการบอกต่อในรูปแบบอื่น ๆ อาทิ การบอกต่อผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย การบอกต่อผ่านอวัจนภาษา

4. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาปัจจัยเหล่านั้นให้ดียิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น





เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม (2558). ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.m-culture.go.th/phetchaburi/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563). ท่องเที่ยวสร้างสรรค์. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport>
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2563). ประสบการณ์นักท่องเที่ยว: แนวคิดและเครื่องมือสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว. ในรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 ประจำปี 2563 วันศุกร์ที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2563. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 187-193.
- ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2021). “ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา” วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น : ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (2564) : พฤษภาคม-สิงหาคม
- สุจิตรา หนูมี (2562). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/0kcJv>
- สุมาลย์ ปานคำ และ นัทธมน พลายนบัว (2021) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เข้าถึง เมื่อ 21 ตุลาคม พ.ศ.2565 เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/3MSygdB>
- ศุติติก ลาภินัน และวิชญ์พงษ์ โปษิตวิสุทธิ์ (2021). อิทธิพลของจิตวิทยาของคณะกรรมการสหกรณ์ต่อพฤติกรรมการบอกต่อในการให้บริการของพนักงานสหกรณ์ในประเทศไทย เข้าถึงเมื่อ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก [file:///C:/Users/nongm/Downloads/sujthai,+%7B\\$userGroup%7D,+\[T722\]+Artwork+7.pdf](file:///C:/Users/nongm/Downloads/sujthai,+%7B$userGroup%7D,+[T722]+Artwork+7.pdf)
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) (2559). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เข้าถึงเมื่อ 10 มกราคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <http://www3.dasta.or.th/>
- คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: บริษัท บุ๊คพลัส พับลิชชิง จำกัด. ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/XhZi2>
- อมราวดี คำบุญ และ ดลฤทัย โกวรระณะกุล. (2556). การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 8(2) กรกฎาคม-ธันวาคม: 3-22
- Fesenmaier, D.R., & Xiang, Z. (2014). Tourism marketing from 1990–2010: Two decades and a new paradigm. Routledge: Abingdon, Oxon.
- Kangkra, Chaninand Meepleum, Thiti. (2012). Behavior of Visitors in Thailand to Attractions in Petchaburi Province. Degree Bachelor of Business Administration, General Business Management. Silapakorn University.
- Kim, K., Hallab, Z., & Kim, J.N. (2012). The moderating effect of travel experience in a Destination on the relationship between the destination image and the intention to revisit. Journal of





Hospitality Marketing Management, 21, 486– 505. Macmillan.Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing, Special Issue(63)*, 33-44.

Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer loyalty: A guide for time travelers*. New York: Palgrave

Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: How to Create Word of Mouth Marketing*. New York: Doubleday

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 1(23), 16-20

Solomon, M.R. (2004). *Consumer behavior: Buying, having and being*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.

Tan, W.K. (2016). Repeat visitation: A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 233-242.

Tung and Ritchie (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.





รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

