

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

The Guidelines for Development the Pattern of Creative Tourism in Bang Num Phueng Subdistrict, Samutprakarn Province

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา

คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Benjamaporn Chumnanchar

Faculty of Management and Sciences,

Southeast Bangkok College

E-mail: aj.eingeing@gmail.com

Received: July 2, 2019; Revised: November 1, 2019; Accepted: November 6, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์ที่ได้รับกับความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และ 4) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับในด้านการเรียนรู้ ด้านการทดลองทำ ด้านการดู และด้านการซื้อจากการท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่ในระดับมากและความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยการบอกต่อและแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการเรียนรู้และการซื้อมีอิทธิพลต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ABSTRACT

The objectives of the study were 1) to study the behavior and travelling experience of tourist, 2) to study a repeat visit intention, 3) to study the relationship between the tourists' experience and their repeat visit intention, and 4) to recommend the development guidelines for the pattern of creative tourism in Bang Num Phueng Subdistrict, Samutprakarn Province. The study was conducted in quantitative approach. Data were collected through questionnaires. The samples were 400 Thai tourists who travelled to Bang Num Phueng Subdistrict.

The results showed that both the tourists' experiences as in learning, seeing, tasting, and buying aspects, and their repeat visit intention by spreading word of mouth and recommendation were rated at high level. In the hypothetical testing, it was found that tourists with differences in occupation, number of times travelling to the area and the purpose of visit had different opinions on their travelling experience at statistical significance of 0.05 level. An experience received from the visit, especially in learning and buying aspects had an influence on repeating the visit at a statistical significance of 0.05 level.

KEYWORDS: Creative Tourism, The Development Guidelines, The Patterns of Creative Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ได้รับค่านิยม ซึ่งเป็นกระบวนทัศน์ (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวในยุคแรก ที่เน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม การพักผ่อน การเดินทาง และเพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม รวมถึงการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนไป ก่อให้เกิดการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพยายามหารูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ก่อให้เกิดความคาดหวัง

ประสบการณ์ มุมมองและแนวคิดใหม่ๆ กลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้เกิดการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น (ณัฐริธา อัมพลพรรณ, 2550) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยคนในพื้นที่ที่สามารถสร้างสรรค์ทรัพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ให้กลายเป็นการเรียนรู้และมอบคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น รวมถึงการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวกับคนในพื้นที่

สำหรับประเทศไทยได้มีการพัฒนาและสร้างแนวทางเพื่อขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวมีศักยภาพ โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์

ที่ 1 ในด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายในการดำเนินงานควบคู่ไปกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ไปสู่ความยั่งยืนและปรับระบบเศรษฐกิจให้มีมูลค่าสูงขึ้น โดยหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายในการพัฒนา คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศ

ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คนรวมถึงความสวยงามทางธรรมชาติ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงคือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งและมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงคือ คังบางกระเจ้า โดยสถานที่แห่งนี้ยังได้รับการยกย่องจาก Time Magazine ให้เป็น The Best Urban Oasis of Asia ในปี พ.ศ. 2549 (“สุดโอโซนบนเส้นทางนักปั่น “บางกระเจ้า””, 2557) นอกจากนี้ตำบลบางน้ำผึ้งยังมีการจำหน่ายสินค้าชุมชนต่างๆ เช่น ขนมไทย ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม ทุบหอมสมุนไพร ผลิตภัณฑ์จากลูกไม้ ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มชุมชนบางน้ำผึ้ง สบู่ฟักขาว เจลอาบน้ำ ปู่หมักชีวภาพ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ บ้านทุบหอมสมุนไพร พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย บ้านลูกประคบธัญพืช ปันจักรยานเส้นทางบางน้ำผึ้ง กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ การพักผ่อนโฮมสเตย์ กิจกรรมพายเรือชมทัศนียภาพและสวนผลไม้ นอกจากนี้ ตำบลบางน้ำผึ้ง เป็นตำบลที่มี

คุณสมบัติตามเกณฑ์ในเชิงพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีความหลากหลายและโดดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวได้

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัยยังพบว่า ในด้านของชุมชนยังขาดการเชื่อมโยงในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมบนพื้นฐานทรัพยากรที่มีในชุมชน ในด้านนักท่องเที่ยวยังขาดการมีส่วนร่วมและการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนในระยะเวลาที่นานขึ้นและเรียนรู้ไปกับการร่วมลงมือปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวและเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวในตำบลบางน้ำผึ้งยังคงต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับคนในพื้นที่ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับประสบการณ์จะเป็นการเสริมสร้างความรู้ให้คุณค่าทางด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในพื้นที่ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นเจ้าของวัฒนธรรม (ภูริวัจน์ เดชอ้อม, 2556)

ดังนั้น การศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเกิดองค์ความรู้และเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ และสามารถรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์สามารถเป็นเครื่องมือนำไปต่อยอดและ
ระบุแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ที่สามารถนำไปสู่การกำหนดนโยบายเพื่อ
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและ
ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาความต้องการกลับมาท่องเที่ยว
ซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ที่ได้รับ
จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับความต้องการ
กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัด
สมุทรปราการ
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบ
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง
จังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและ
บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึง
การพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในแหล่งท่องเที่ยว
2. หน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยว องค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการ
พัฒนาบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้
3. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาน
ศึกษา รวมถึงบุคคลทั่วไปสามารถใช้เป็นแนวทางใน
การค้นคว้าหาข้อมูลความรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ได้

แนวคิด ทฤษฎี การจัดการการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็น
กระบวนการที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ แบบจำลองการจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richards (2011) ได้ให้
แนวคิดว่าการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์
เป็นสิ่งที่เพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว
 โดยการเรียนรู้และการทดลองทำจากกิจกรรม
การท่องเที่ยว ส่วนภูมิหลังความสร้างสรรค์คือการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกิดจากการใช้ทรัพยากร
ในพื้นที่ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยม
ชมและเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ ซึ่งมีหลักการดังนี้

การเรียนรู้ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้
นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ รวมถึงทักษะที่เป็นสิ่ง
แปลกใหม่จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบๆ
พื้นที่ รวมถึงการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวในพื้นที่ การพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวกับ
คนในพื้นที่ การอบรม รวมถึงคนในพื้นที่ได้ถ่ายทอด
ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

การทดลองทำ เป็นการเปิดโอกาสให้นัก
ท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมและมีประสบการณ์ทาง
ด้านวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่
ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพผ่าน
การลงมือทำ ลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้วยตัวเอง

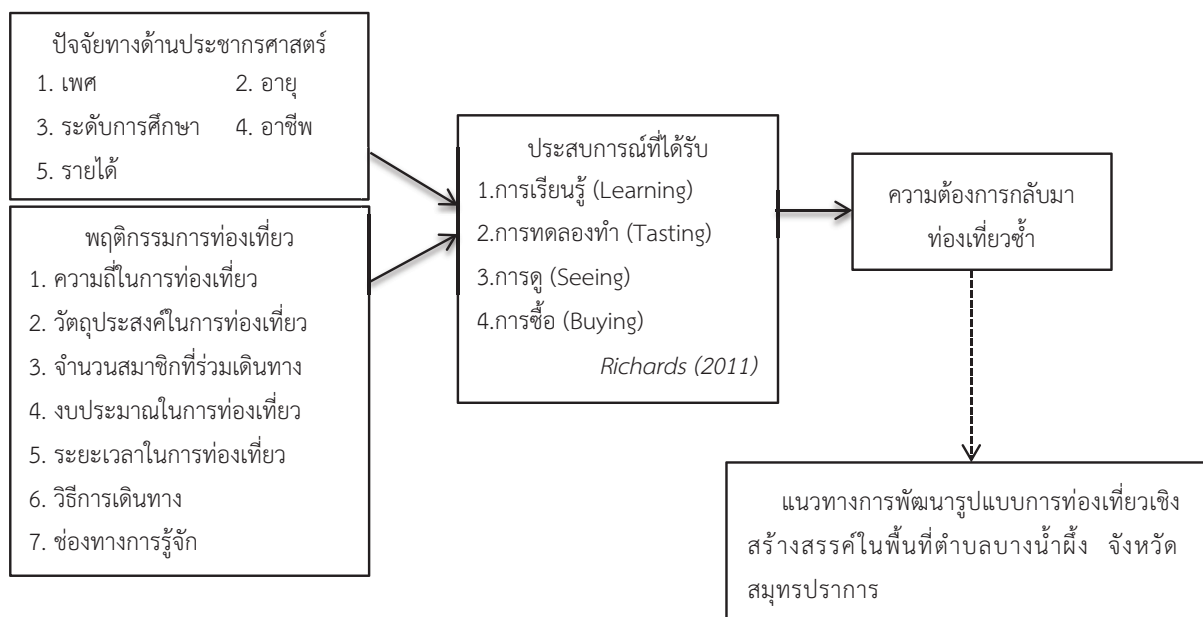
การเยี่ยมชม เป็นการเที่ยวชมหรือชื่นชม
การสาธิตสินค้าและบริการ รวมทั้งกิจกรรมในพื้นที่
แหล่งท่องเที่ยว การสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยวสามารถให้ความร่วมมือในการสาธิตการ
ทำกิจกรรมนั้นๆ ได้ มีการส่งต่อประสบการณ์จาก
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากคนในพื้นที่

รวมถึงการเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว

การซื้อขาย เป็นการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นผลผลิตภายในท้องถิ่น อาจจะเป็นห้องจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการภายในชุมชน ร้านขายของ หรือร้านจำหน่ายของที่ระลึกในชุมชน

จากแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับคือ การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันชุมชนยังมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย

กรอบแนวคิดงานวิจัย



จากการประยุกต์แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยว คือบุคคลสำคัญที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้ การทดลองทำ การดู และการซื้อ (Richards, 2011) โดยภูมิหลังที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนได้รับประสบการณ์ที่ต่างกัน คือ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ จำนวนสมาชิกที่เดินทาง งบประมาณ ระยะเวลา วิธี

การเดินทาง และช่องทางการรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2557) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและเกิดเป็นพฤติกรรม เกิดจากปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ระยะเวลา ความตั้งใจในการเดินทาง เป็นต้น โดยที่ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

2. ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยว อำเภอพระประแดง จากระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2559) พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว อำเภอพระประแดง จำนวน 145,514 คน โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 12,126 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งขนาดของตัวอย่างได้มาจากการกำหนดตัวอย่างโดยสูตรการคำนวณ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน อธิรุฒิ เอกะกุล, 2543) ซึ่งเป็นสูตรที่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 387 คน และเพื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ งานวิจัยนี้จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และผู้วิจัยกำหนดแผนการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยกำหนดหมู่บ้านในตำบลบางน้ำผึ้งจำนวน 5

หมู่บ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมหรือมาท่องเที่ยว ได้แก่

1. หมู่ที่ 1 บ้านวัดบางน้ำผึ้งนอก
2. หมู่ที่ 3 บ้านบางน้ำผึ้ง
3. หมู่ที่ 9 บ้านบางน้ำผึ้ง
4. หมู่ที่ 7 บ้านคลองตาสัก
5. หมู่ที่ 2 บ้านบางน้ำผึ้ง

หลังจากนั้นกำหนดจำนวนตัวอย่างในพื้นที่ละเท่าๆ กัน ซึ่งกำหนดจำนวนหมู่บ้านละ 80 คน โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยกระจายการเก็บกลุ่มตัวอย่างวันละ 6-7 ชุดต่อหมู่บ้าน สัปดาห์ละ 3 วัน เป็นระยะเวลา 1 เดือน

2. เครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง งบประมาณในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และการรู้จักตำบลบางน้ำผึ้ง ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 8 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 เป็นระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การเรียนรู้ (Learning) การทดลองทำ (Tasting) การดู (Seeing) และการซื้อ (Buying) โดยลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5

ระดับหรือเป็นคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดรูปแบบเป็นระดับความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อคำถาม ส่วนที่ 4 เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับหรือเป็นคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดรูปแบบเป็นระดับความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 3 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นการให้ข้อเสนอแนะความคิดเห็นโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาและรูปแบบของแบบสอบถาม จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบสอบถาม โดยการหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) คือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา โดยกำหนดเป็นคะแนน +1 หรือ 0 หรือ -1 โดยข้อคำถามมีค่า 0.50-1.00 จะคัดเลือกไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าคะแนน 0.970 และทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียง โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยววัดหลวงพ่อโต อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาลงรหัสในเครื่อง

คอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) จะต้องมากกว่า 0.600 (สิน พันธุ์พินิจ, 2553) ซึ่งแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.884

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการทางสถิติการวิเคราะห์ค่าที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และ วิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis-MRA)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-25,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 เคยมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาเป็นกลุ่ม 2-3 คน จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ

64.30 งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยวจำนวน 501-1,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 พาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ช่องทางการรู้จักตำบลบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยวตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนใหญ่รู้จักโดยเพื่อนและญาติ จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00

2. ระดับความคิดเห็นด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การเรียนรู้ (Learning)	3.87	0.581	มาก
การทดลองทำ (Tasting)	3.68	0.686	มาก
การดู (Seeing)	3.74	1.189	มาก
การซื้อ (Buying)	3.72	0.521	มาก
รวม	3.75	0.480	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายด้านย่อย พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านการเรียนรู้ ($\bar{x} = 3.87$) ด้านการดู ($\bar{x} = 3.74$) ด้านการซื้อ ($\bar{x} = 3.72$) ด้านการทดลองทำ ($\bar{x} = 3.68$)

3. ระดับความคิดเห็นความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้อีกใน 2 ปีข้างหน้า	3.92	0.738	มาก
ท่านจะเล่าประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจในครั้งนี้ให้กับบุคคลอื่นๆ ฟัง	4.41	0.662	มาก
ท่านจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนี้แก่บุคคลอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยว	4.19	0.742	มาก
รวม	4.08	0.550	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายด้านย่อย พบว่า ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวจะเล่าประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจในครั้งนี้ให้กับบุคคลอื่นๆ ($\bar{x} = 4.41$) นักท่องเที่ยวจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนี้แก่บุคคลอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.19$) นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้อีกใน 2 ปีข้างหน้า ($\bar{x} = 3.92$) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน และสมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง ดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว	ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์			t-test/ F-Test	p-value
	n	\bar{X}	S.D.		
เพศ				1.183	0.567
ชาย	140	3.79	0.555		
หญิง	260	3.73	0.447		

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การท่องเที่ยว	ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์			t-test/ F-Test	p-value
	n	\bar{X}	S.D.		
อายุ				2.203	0.068
ต่ำกว่า 25 ปี	68	3.86	0.677		
26-30 ปี	138	3.79	0.376		
31-35 ปี	86	3.68	0.466		
36-40 ปี	57	3.75	0.391		
40 ปีขึ้นไป	51	3.63	0.562		
ระดับการศึกษา				2.602	0.075
ต่ำกว่าปริญญาตรี	71	3.86	0.685		
ปริญญาตรี	258	3.74	0.411		
สูงกว่าปริญญาตรี	71	3.68	0.499		
อาชีพ				2.482	0.031*
ธุรกิจส่วนตัว	70	3.71	0.446		
พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	3.87	0.389		
พนักงานบริษัทเอกชน	194	3.71	0.409		
นักเรียน-นักศึกษา	56	3.87	0.697		
เกษียณอายุ	15	3.84	0.537		
อื่นๆ	12	3.46	0.825		
รายได้				1.348	0.258
≥ 15,000 บาท	68	3.83	0.702		
15,001-20,000 บาท	82	3.67	0.494		
20,001-25,000 บาท	139	3.76	0.411		
25,000 บาทขึ้นไป	111	3.76	0.403		

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การท่องเที่ยว	ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์			t-test/ F-Test	p-value
	n	\bar{X}	S.D.		
จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว				8.351	0.000*
ครั้งแรก	121	3.87	0.531		
2-3 ครั้ง	205	3.74	0.425		
มากกว่า 3 ครั้ง	74	3.59	0.530		
วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว				4.256	0.002*
พักผ่อนสันทนาการ	36	3.82	0.420		
ท่องเที่ยวตลาดน้ำ	235	3.71	0.444		
ทำบุญ ไหว้พระ	73	3.73	0.429		
ทัศนศึกษา	51	3.95	0.655		
อื่นๆ	5	3.24	1.004		
จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง				0.533	0.587
1 คน	24	3.69	0.632		
2-3 คน	257	3.77	0.510		
มากกว่า 3 คน	119	3.73	0.371		
งบประมาณในการท่องเที่ยว				0.130	0.878
ต่ำกว่า 500 บาท	68	3.77	0.539		
501-1,000 บาท	203	3.74	0.509		
มากกว่า 1,000 บาท	129	3.76	0.426		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว				1.684	0.170
ครึ่งวัน	154	3.71	0.437		
1 วัน	210	3.79	0.517		
2 วัน 1 คืน	29	3.79	0.365		
มากกว่า 2 วัน	7	3.45	0.924		

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การท่องเที่ยว	ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์			t-test/ F-Test	p-value
	n	\bar{X}	S.D.		
วิธีการเดินทาง				0.580	0.628
รถยนต์ส่วนตัว	165	3.76	0.474		
รถโดยสารประจำทาง	95	3.75	0.601		
รถตู้	33	3.65	0.486		
เรือข้ามฟาก	107	3.77	0.391		
ช่องทางการรู้จัก				0.150	0.930
เพื่อน/ญาติ	292	3.75	0.492		
เว็บไซต์	62	3.73	0.508		
เฟซบุ๊ก	39	3.77	0.380		
อื่นๆ	7	3.83	0.726		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน โดยอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

รายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่ามีจำนวน 3 คู่ คือนักเรียน นักศึกษามีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน 3 ด้าน คือ ด้านการทดลองทำ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่มา 2-3 ครั้ง ด้านการดูพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มา 2-3 ครั้งและนักท่องเที่ยวที่มามากกว่า 3 ครั้ง ด้านการซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มามากกว่า 3 ครั้ง ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเรียนรู้และด้านการดูแตกต่างกัน ในด้านการเรียนรู้พบว่า วัตถุประสงค์ในการมาพักโฮมสเตย์ มาทำบุญไหว้พระ และมาทัศนศึกษามีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มากกว่ากับวัตถุประสงค์ในการมาแบบอื่นๆ และวัตถุประสงค์ในด้านการมาทัศนศึกษาแตกต่างกับการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำและทำบุญไหว้พระ

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวด้านจำนวนสมาชิกที่ร่วมทาง งบประมาณในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และช่องทางการรู้จักต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	b	S.E.	β	t	p-value
ค่าคงที่	2.156	0.229		9.430	0.000*
ด้านการเรียนรู้	0.111	0.052	0.116	2.141	0.033*
ด้านการทดลองทำ	-0.025	0.045	-0.030	-0.546	0.585
ด้านการดู	0.020	0.022	0.044	0.945	0.345
ด้านการซื้อ	0.405	0.053	0.379	7.694	0.000*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

Note: R=0.420 R square (R^2)=0.176 Adjusted R square=0.168 F=21.129 SEest=0.508 p-value=< 0.000 a=2.156

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด ในการทดสอบเชิงเส้นตรง (Linearity) มีค่าสถิติทดสอบ (F-test)

เท่ากับ 21.129 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่แสดงว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า VIF ของตัวแปรแต่ละตัวพบว่า $X_1 - X_4$ มีค่าเท่ากับ 1.404 1.491 1.025 และ 1.162 ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความ

ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.168 หมายถึง ตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการทดลองทำ ด้านการดู และด้านการซื้อ มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ร้อยละ 16.80 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEest) มีค่า 0.508 ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ส่งผลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ตัว ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ และด้านการซื้อ ตามลำดับ และตัวแปรอีก 2 ตัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ ประสิทธิภาพที่รับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถพยากรณ์การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Y1) ด้วยสมการ ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = 2.156 + 0.111 X_1 - 0.025 X_2 + 0.020 X_3 + 0.405 X_4$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า ถ้า ประสิทธิภาพที่รับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้น 0.111 ครั้ง เมื่อ ประสิทธิภาพที่รับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คงที่

5. แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

จากผลการศึกษาประสิทธิภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ พบว่าสามารถ

กำหนดแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับแนวคิดประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเรียนรู้ ด้านการทดลองทำ ด้านการดู และด้านการซื้อ (Richards, 2011) ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในพื้นที่สามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและสามารถสร้างคุณค่าในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็จะได้รับประสบการณ์สูงสุดจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ซึ่งสามารถสรุปการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ดังนี้

1. ด้านการเรียนรู้ ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงกัน ควรพัฒนาชุมชนในด้านกายภาพพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ การพัฒนาการขนส่งทั้งทางน้ำ ทางบก การพัฒนาด้านความสะอาดในพื้นที่ความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อพัฒนาความสมบูรณ์ทางกายภาพภายใต้ความสามารถในการรองรับที่ชุมชนมีอยู่ จากนั้นควรมีการพัฒนาพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เหมาะสมในการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยที่ยังคงความดั้งเดิมของวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิม

2. ด้านการดู การส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนที่มีความรู้และความสามารถในการเผยแพร่ วัฒนธรรมท้องถิ่น ควรมีการจัดตั้งกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ รวมถึงการให้ปราชญ์ชาวบ้านดำเนินการพัฒนาและอบรมคนในชุมชนให้มีความรู้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดการสืบสานและต่อยอดองค์ความรู้และเอกลักษณ์

ท้องถิ่น สามารถสาธิต บอกเล่า และเผยแพร่ให้กับ นักท่องเที่ยวได้

3. ด้านการทดลองทำ การพัฒนารูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเรียนรู้ร่วมกัน โดยการออกแบบการเรียนรู้ร่วมกันโดยใช้กิจกรรมที่มีในพื้นที่ ได้แก่ การทำธูปสมุนไพร การทำผ้ามัดย้อม การทำอาหารไทย การทำลูกประคบ เพื่อให้เกิดการทดลองทำของนักท่องเที่ยว

4. ด้านการซื้อ ในพื้นที่ต้องมีการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพิ่มคุณค่า สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในสิ่งที่ชุมชนมีอยู่ในชีวิตประจำวันหรือเทศกาลของชุมชน ได้แก่ ธูปสมุนไพร ผ้ามัดย้อม ลูกประคบ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ รวมถึงส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักและยกระดับผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าในท้องถิ่นผ่านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ผ่านงานนิทรรศการ งานประจำปี

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ในจำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่ม เคยกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ การมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ชมวิถีชีวิต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาในพื้นที่ 1 วัน ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดของ ภัยมณี แก้วสง่า และ นิศาชล จำนงศรี (2555) ที่กล่าวไว้ว่า การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นกลุ่มเป็นการ

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน การเดินทางมาท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลายาวนานมากขึ้นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติซึ่งกันและกันกับท้องถิ่น

ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ในด้านการเรียนรู้มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับริชาร์ด (Richard, 2011) ที่ได้ให้นิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ โดยการทำกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่นและเรียนรู้จากประสบการณ์ในท้องถิ่น

ด้านการทดลองทำมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะต่างๆ ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ของคณะกรรมการวางแผนการประชุมในการประชุมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านต้องมีความผูกพันระหว่างกัน มีประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน มีการส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ ตลอดจนมีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์และมีประสบการณ์จริง (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558)

ด้านของการดูมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เยี่ยมชม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ปี ค.ศ. 2001 ของ สูดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุณา เตพลกุล, และ อีระ สินเดชาธิกร (2556) รายงานว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมเน้นการเรียนรู้ การดู การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยจัดในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการดูในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

ด้านการซื้อ พบว่า ด้านการซื้อมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ดีจากการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ ภัยมณี แก้วสง่า และ นิสาชล จานงศรี (2555) ที่กล่าวไว้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ ได้แก่ การทำมีดล็กโยล ประเทศฝรั่งเศส การปรุงอาหารคาตาลัน ประเทศสเปน แต่ละกิจกรรมเมื่อนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมแล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าในท้องถิ่น ซึ่งถือว่าการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับคนในท้องถิ่น พร้อมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยเช่นกัน ซึ่งการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับในด้านการเรียนรู้ การดู การทดลอง ทำ และการซื้อ จะเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง

ด้านการศึกษาความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้อีกใน 2 ปีข้างหน้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Lovelock, Wirtz, Ken, and Lu (2004) ความประทับใจและความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ อธิบายได้ด้วยทฤษฎีความพึงพอใจที่ว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับเป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้หรือมากกว่า จึงทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์ตรงรวมถึงการบอกต่อส่งผลให้เกิดการบริโภคซ้ำหรือการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ด้านการศึกษาประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ส่งผลทางบวกต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ และด้านการซื้อ ซึ่ง Leiper (1990) แสดงความคิดเห็นว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในด้านของการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย ได้รับความรู้และประสบการณ์ ดังนั้น การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้อย่างหนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้งมีหลายรูปแบบ ทั้งในส่วนของกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การเดินป่า เดินสวน ปั่นจักรยาน กิจกรรมที่ให้ความรู้ เช่น งานศิลปะ งานดนตรี รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้ในพิพิธภัณฑ์

หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในด้านการซื้อ สอดคล้องกับบิงค์ฮอร์สต์ (Binkhorst, 2006) ได้กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์ การท่องเที่ยวของตนเองโดยการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยสินค้าที่เลือกซื้อจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนซึ่งเป็นพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่เข้าไปทำกิจกรรมและซื้อสินค้าใน แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและ สร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ประทับใจเป็น สาเหตุสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมายัง แหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและพัฒนาพื้นที่ เพื่อนำไปสู่พื้นที่แห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 คนในพื้นที่ควรขยายขอบเขต กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อต่อยอด เป็นการท่องเที่ยวแหล่งสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตรูปสมุนไพรมัดย้อม ลูกประคบ ขนมไทยที่ จำหน่ายในพื้นที่ ฟาร์มเห็ดในชุมชน หากกิจกรรม ทั้งหมดเหล่านี้ถูกกระจายรอบพื้นที่ในชุมชนสามารถ ต่อยอดและขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

2.1 ควรมีการวิจัยเพื่อจัดทำแผน ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน

และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด สมุทรปราการ เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคอื่นๆ ของ ประเทศไทยและเป็นไปในทิศทางเดียวกันและหา แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้มีชื่อเสียงมากขึ้น

2.2 ควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพในการ ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวและมี แนวทางในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้อย่างแท้จริง

2.3 ควรศึกษาวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยว อื่นๆ เช่น ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา เอเชีย ที่ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นประโยชน์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มนักท่องเที่ยวและ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ตรงกับ ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผน พัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2557). *การวางแผนและ พัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐริธา อัมพลพรรณ. (2550). รายงานสถานการณ์ และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก. *จุลสาร วิชาการท่องเที่ยว*, (3), 1-15.

ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรม ศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

- ภักยมณี แก้วสง่า, และ นิตาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี*, 6(1), 93-111.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ*, 33(2), 329-364.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2553). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพลกุล, และ ชีระ สินเดชารักษ์. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สุดโอโซนบนเส้นทางนักรบ “บางกระเจ้า”. (2557). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2560, จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9570000117962>
- สำนักงานผังเมือง กรุงเทพมหานคร. กองนโยบายและแผนงาน. (2559). *รายงานการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานผังเมือง กรุงเทพมหานคร.
- Binkhorst, E. (2006). The co-creation tourism experience. Retrieved October 11, 2018, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Ken, H. T., & Lu, X. (2004). *Service marketing in Asia* (2nd ed.). Singapore: Prentice Hall.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.