



การ

พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมไทย-จีน ชุมชนบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

นิพล เชื้อเมืองพาน ^{1*}

รับบทความ: 18 เมษายน 2568 แก้ไขบทความ: 4 มิถุนายน 2568 ตอรับบทความ: 27 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบางหลวงตามลักษณะเฉพาะด้านการท่องเที่ยว 2) ศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ 3) พัฒนารูปแบบการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกเชิงสร้างสรรค์ และ 4) สร้าง Travel Package ที่มาจากความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสม ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ในส่วนเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ส่วนเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในรูปแบบความเรียง ขณะที่ข้อมูลเชิงปริมาณนำเสนอด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และอธิบายในลักษณะความเรียงประกอบ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนบางหลวงมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน ทั้งด้านการเข้าถึง แหล่งดึงดูดกิจกรรมท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ซึ่งมีความพร้อมสำหรับพัฒนากิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว 2) รูปแบบการท่องเที่ยวของพื้นที่เน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เช่น สถาปัตยกรรมบ้านไม้เก่า วัฒนธรรมอาหารไทย-จีน การแสดงดนตรีจีน และกิจกรรมตามประเพณี 3) พื้นที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสมผสานและเชิงสร้างสรรค์กับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของประสบการณ์ท่องเที่ยว และ 4) Travel Package ที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้เป็นสื่อทางเลือกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้งานวิจัยเสนอให้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ และเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว

¹ คณะการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* อีเมล: niponphan@yahoo.com

Developing the Grassroots Economy Through Creative Tourism Innovation in Thai Chinese Cultural Community Tourist Destinations, Bang Luang Community, Bang Lane, Nakhon Pathom Province

Nipon Chuamuangphan ^{1*}

Abstract

The paper aimed to: (1) analyze the tourism potential of Bang Luang Community based on its distinctive tourism characteristics; (2) develop appropriate tourism models and activities that align with the community's potential; (3) design an integrated inter-provincial tourism framework to promote creative and alternative tourism; and (4) create travel packages that respond effectively to visitor needs. A mixed-methods approach was employed, combining qualitative and quantitative techniques. Qualitative data were collected from key stakeholders through in-depth interviews and focus group discussions, while quantitative data were obtained from tourists via structured questionnaires. Qualitative data were analyzed using content analysis and presented in descriptive narrative form, whereas quantitative results were analyzed using frequency, percentage, and mean scores, and subsequently interpreted in narrative form.

The findings indicate that: (1) Bang Luang Community demonstrates comprehensive tourism potential in terms of accessibility, attractions, tourism activities, facilities, and accommodation, all of which are sufficiently prepared for the development of tourism programs and experiences; (2) the community's tourism model is grounded in community-based tourism, highlighting cultural assets such as traditional wooden architecture, Thai-Chinese culinary heritage, Chinese musical performances, and local festive activities; (3) the community has the capacity to establish integrated and creative tourism routes through linkages with nearby tourism sites, thereby enhancing the diversity of tourism experiences; and (4) the proposed travel packages serve as effective tools for promoting tourism among target visitor groups. The study also recommends advancing digital tourism management platforms and strengthening collaborative networks among nearby tourism communities to support sustainable community-based tourism development.

Keywords: Tourism, Tourism Potential, Cultural community-based Tourism, Tourism and Technology

¹ School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

* Email: niponphan@yahoo.com

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ พบว่า การท่องเที่ยวสร้างงานและรายได้ตั้งแต่ระดับชุมชนถึงระดับประเทศ จากการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้ประมาณการว่าในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลก 1,800,000,000 คน (UNnews, 2024) ขณะเดียวกันข้อมูลจาก Zion Market Research ระบุว่า มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลกตั้งแต่ปี ค.ศ.2023-2030 จะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.9 ส่งผลให้ภายในปี 2030 มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการจะมีขนาดมากถึง 2.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (USD) เช่นเดียวกับประเทศไทยไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองและดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทย โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2562 ประมาณ 1,900,000,000 บาท หรือคิดเป็นกว่าร้อยละ 16 ของขนาดเศรษฐกิจไทย (GDP) และโดยภาพรวมสามารถสร้างรายได้คิดเป็นร้อยละ 15-20 ของ GDP ให้เกิดการการพัฒนาตามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่แท้จริง อันเป็นผลประโยชน์เชิงบวกต่อชุมชนและสังคมในพื้นที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนเกิดขึ้น (Peet, R. and Watts, M., 2004, อัญชลี สมใจ และพัณธ์วี ณ ลำพูน, 2563 และ Palmer, N. and Chuamuangphan, N., 2017)

ชุมชนบางหลวงเป็นชุมชนเก่าแก่ชุมชนหนึ่งอายุกว่า 100 ปี ของจังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ตั้งแต่ประมาณ ร.ศ.122 ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน แม้ปัจจุบันยังคงสภาพความงดงามของสถาปัตยกรรม และบรรยากาศตลาดเก่าไว้อย่างสมบูรณ์ รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนชนบท ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมประจำถิ่นที่ได้ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรม ไทย - จีน ที่สืบทอดตลอดมา จากเอกลักษณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ และเดินทางไปเยือนชุมชนบางหลวง เพื่อการท่องเที่ยวและเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน (สำนักงานเทศบาลบางหลวง, 2564)

จากการศึกษาข้อมูลชุมชนบางหลวงเบื้องต้น พบว่า การท่องเที่ยวไทยโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังขาดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากทรัพยากรในพื้นที่ จากอัตลักษณ์ มรดกทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ตลอดจนการสร้างสรรคกิจกรรมใหม่ให้เกิดทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีทางการท่องเที่ยว ประกอบกับสถานการณ์ในช่วงภาวะโรคระบาดร้ายแรง COVID-19 ได้ระบาดทั่วโลกส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม (Bangkok Business, 2023) ทั้งนี้หากมีกระบวนการวิเคราะห์ถึงต้นทางหรือต้นน้ำทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึง ทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในแหล่งท่องเที่ยวและผสมกับการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเพิ่มทางเลือกทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ประกอบกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี มาพัฒนาระบบวิเคราะห์จัดทำแปลงข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อการวางแผนทางการท่องเที่ยว สามารถเป็นทางเลือกในการฟื้นตัวแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว

จากปัญหาดังกล่าวฯ ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาวิจัย ต้นแบบการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวทางเลือกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางหลวง เพื่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการพัฒนาแบบหรือประเภทการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ชุมชน ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงกับสภาพจริงของพื้นที่ผสมผสานกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตลาดทางการท่องเที่ยวโดยใช้มิติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวทางเลือกให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการนำใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลประกอบการตัดสินใจทางการท่องเที่ยวโดยมีทางเลือกให้หลากหลายตามปัจจัยทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ทั้งเกิดประโยชน์และมูลค่าเพิ่มแก่ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้เครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างนักวิชาการ (นักวิจัย) ชุมชนเจ้าบ้าน (เจ้าของพื้นที่) ผู้ประกอบการ (ผู้นำไปใช้) และนักท่องเที่ยว (ผู้ใช้/ได้ประโยชน์) ภายใต้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีและการนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) วิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางหลวง 2) ศึกษาแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนบางหลวง 3) พัฒนารูปแบบการผสมผสานทางการท่องเที่ยว (Hybrid) ระหว่างจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวทางเลือกเชิงสร้างสรรค์ และ 4) สร้าง Travel Package โดยการใช้ Tourism/Travel Data Management Platform จากศักยภาพและรูปแบบทางการท่องเที่ยว

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทางของบุคคลหนึ่งจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อนหรือติดต่อทางธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป (Mowforth, M. and Munt, I., 2003; Dickman, S. 2016) การท่องเที่ยวถือว่าการพักผ่อนอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการนำกิจกรรมนันทนาการ เข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้เดินทาง เกิดการผ่อนคลายและมีความสุขระหว่างการเดินทางไปทำกิจกรรมจากที่หนึ่ง เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและ สิ่งแวดล้อม เช่น การเดินทางไปชมสถานที่ท่องเที่ยวไปเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือไปพักผ่อนหย่อนใจ หรือใช้เวลาว่างเพื่อนทำกิจกรรมทางการกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ หรือการเดินทางไปศึกษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติ รวมถึงการเดินทางไปประชุมเพื่อการประกอบธุรกิจหรือการเดินทางเพื่อไปร่วมกิจกรรมทางธุรกิจสาขาอาชีพต่าง ๆ ดังนั้นกิจการด้านการท่องเที่ยวจึงมีการขยายตัวเป็นธุรกิจและเติบโตเป็นอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยมีเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ (Holden, A., 2006) 1) เป็นการเดินทางจากแหล่งที่ต้นอาศัยอยู่ปกติไปยัง

ที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ได้มีการบังคับ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ยกเว้นเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

แนวคิดการสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added value creation) หมายถึง วิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่แค่คุณค่า แต่เป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ โดยสอดคล้องกับ กระบวนการท่องเที่ยวและกีฬามีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กึ่งวิกฤตและมาตรฐานการกระตุ้นการท่องเที่ยว ในการการสร้างสรรคกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่า (Value creation) และมูลค่าเพิ่ม (Value added) (คัชพล จันเพชร, 2560) โดยเน้นการสร้างสรรคกิจกรรมให้มีความหลากหลายและการเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว การดำเนินการส่งเสริมการตลาด และการเพิ่มการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวและเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำแล้วซ้ำอีก เช่นเดียวกับ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ (2548) และ Chaybamrung, T. (2011) และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2554) กล่าวถึงมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้มองถึงคุณภาพ มองหลายมิติ มองเห็นความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม รากเหง้า สิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาและความเป็นชาติไทยในการท่องเที่ยวโดยเน้นการมีส่วนร่วมและความภูมิใจของชุมชน (Tourism Encourages Civic Involvement and Pride) สร้างการเรียนรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อรายได้ การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกของท้องถิ่นและของชาติยังผลให้เกิดความใสในการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการดำเนินงาน

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) และ อิศระพงษ์ พลธานี (2560) ได้กล่าวถึง การศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีศักยภาพนั้นต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ของพื้นที่ที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบสำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การเข้าถึง (Accessibility) 2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) 3) กิจกรรมท่องเที่ยว (Activity) และ 5) ที่พัก (Accommodation) ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวทั้ง 5 ประการ สามารถนำมาประเมินศักยภาพเบื้องต้นในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อการวางแผนเพื่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การยูเนสโก (UNESCO) (2549) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการ

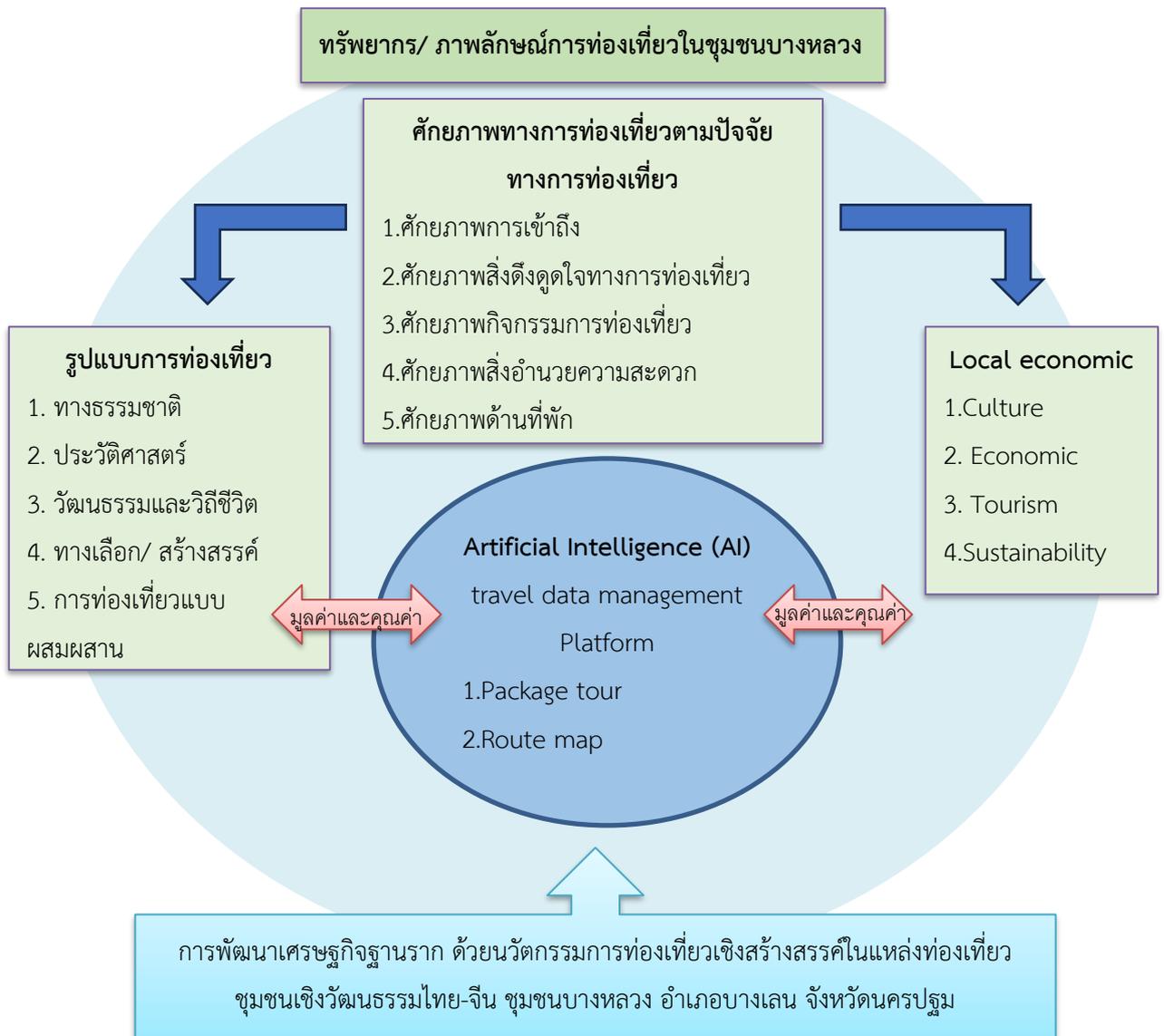
ทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบ ที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทน อิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ คัชพล จันเพชร (2560) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเรียนรู้การใช้วิถีชีวิต เอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมและสะท้อนเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ชุมชนที่ผ่านประสบการณ์ตรง และการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม หรือในภาษาอังกฤษว่า “Creative Tourism is tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place.” โดยการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นอกจากจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นหาเสน่ห์และวัฒนธรรมที่แตกต่างแล้วนั้น ยังมีจุดเด่นที่เห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่ง คือ การสนับสนุนให้ชุมชนที่อยู่อาศัยเกิดสำนึกรักในเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ (Bangkok Business, 2023) ซึ่งเป็นหัวใจหลักส่วนหนึ่งที่จะช่วยทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ มีความยั่งยืนมากขึ้น

แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวยุค 4.0 เป็นยุคที่มีการบูรณาการการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมและการท่องเที่ยวเสมือนจริง เพื่อส่งเสริม การสื่อสารข้อมูลให้นักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านสื่อเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้เทคโนโลยีจะส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ทั้งการวางแผน แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก ประกอบกับผู้ประกอบการสามารถใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งภาพและการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โดยการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่น และสร้างจุดขายและความแตกต่างที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้น สร้างความตื่นตัว และแนะนำผู้เดินทางให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด (Baktygovlov, S. and Raeva, D. 2018 และ สาลินี ทิพย์เพ็ง และคณะ, 2565)

กรอบแนวคิดการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม กล่าวคือ เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนของการวิจัยเชิงคุณภาพเป็น 3 ขั้นตอน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการประชุมกลุ่มย่อย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทพื้นที่และศักยภาพทางการท่องเที่ยว ดำเนินการสำรวจพื้นที่ศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งทางกายภาพและข้อมูลในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ ข้อมูลทางกายภาพจะอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงจากการเก็บข้อมูลภาคสนามประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางภูมิสารสนเทศ โดยการสำรวจข้อมูลในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ ด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลจากบุคคลในท้องถิ่นเพื่อเชื่อมโยงพัฒนาการของพื้นที่ในอดีตและสภาพพื้นที่และชุมชนในปัจจุบัน โดยใช้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์ปัจจัยทางการท่องเที่ยว (5As) ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) จุดสนใจทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 3) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Activity) 4) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) และ 5) ที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียง (Accommodation)

โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มคนในพื้นที่ ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนการศึกษา และ กลุ่มคนนอกพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เมื่อได้ข้อมูลจากการประเมินฯ นำมาวิเคราะห์ผลเพื่อจัดกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ตามประเภทและรูปแบบการท่องเที่ยว และเพื่อจัดกลุ่มเพื่อการศึกษาเชิงลึกในแต่ละกลุ่มในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษารูปแบบและกิจกรรมท่องเที่ยว จากข้อมูลพื้นที่ทางการท่องเที่ยวผู้วิจัย ดำเนินการวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ ตามศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่จริง ร่วมกับชุมชนเพื่อวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวที่แท้จริงในชุมชน โดยการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย จากนั้น ร่วมกับชุมชนในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอเป็นในรูปแบบการท่องเที่ยว และสู่การพัฒนา แผนกายภาพและการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่และการใช้งานของชุมชน เพื่อให้ได้กิจกรรมท่องเที่ยวอันสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว และเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 3 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนา เส้นทางขึ้นร่วมกับชุมชนในพื้นที่ ตามประเภทและรูปแบบการท่องเที่ยว (Hybrid) และออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบกับความพร้อมในการให้บริการของชุมชน จากการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อนำไปสู่การสร้าง Travel Data Management Platform โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อจัดการข้อมูลเชิง Platform เพื่อให้ได้ระบบช่วยจัดการการเดินทางด้วย AI กล่าวคือการ Design การเดินทางทางการท่องเที่ยวด้วยตัวนักท่องเที่ยวเองโดยการนำเข้าสู่ข้อมูลช่วยจัดการการเดินทาง

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่ได้เดินทางเข้ามาพื้นที่เพื่อกิจกรรมท่องเที่ยว โดยประเด็นการสอบถามยึดหลักประเด็นการศึกษาตามปัจจัย 5 ด้านทางการท่องเที่ยว และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล

จากนั้นนำข้อมูลวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ Means ในประเด็นปัจจัยทางการท่องเที่ยวและ กิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบการบรรยาย

ตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บ รวบรวมมานั้นมีความถูกต้องหรือไม่ โดยตรวจสอบข้อมูลในด้านของสถานที่ เวลา และผู้ให้ข้อมูล ในกรณีที่ข้อมูลการวิจัยมีความขัดแย้งผู้วิจัยไม่นำข้อมูลดังกล่าวฯ มาใช้ในงานวิจัย

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ ให้ผู้ทรงทำการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยการ คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Indexes of Item-Objective Congruence: IOC) ของข้อคำถามโดยให้มี เกณฑ์คุณภาพ 0.50 ขึ้นไป แล้วนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญไปปรับปรุง (Bryman, A. 2008)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจพื้นที่ การศึกษาข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยวตามหลักปัจจัยทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ดังนี้

ประวัติและบริบทชุมชน

ชุมชนตลาดบางหลวง ร.ศ.122 สร้างขึ้นราวปี พ.ศ.2386 ตั้งอยู่ที่ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ปัจจุบันตลาดแห่งนี้มีอายุมากกว่า 179 ปี เป็นชุมชนใหญ่ ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน โดยชุมชนบางหลวงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวคือ สถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีต วิถีชีวิต การค้าขายของคนในชุมชน รวมทั้ง ประเพณีวัฒนธรรม ที่ผสมกันระหว่างไทย จีน ที่สืบทอดกันมาเป็นเวลาร้อยปี ลักษณะบ้านเรือนเป็นห้องแถวไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากันกว่า 130 หลังคาเรือน

ศักยภาพด้านการเข้าถึง

พบว่า การเข้าถึงพื้นที่ที่สามารถการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวตามเส้นทาง หรือใช้ยานพาหนะขนส่งสาธารณะทั้งรถยนต์โดยสารและรถตู้จากกรุงเทพมหานคร ไปยังพื้นที่ และตลอดเส้นทางการคมนาคมค่อนข้าง สะดวกสบายและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน รวมถึงมีระบบที่เชื่อมโยงระบบนำทางที่ค่อนข้างแม่นยำ (GPS)

ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของอาคารบ้านเรือนที่เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมเก่าแก่ลักษณะไทย-จีนโบราณ มีชื่อเรียกว่า เหล่าเต็งไม้ ที่มีลักษณะเป็นบ้านไม้สองชั้น ปลูกเรียงติดต่อนั่นเอง มีบ้านประตูที่เรียกว่าบานเขี้ยว เป็นประตูด้านหน้า นอกจากนี้ยังพบสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น วิคหนังสือโบราณ ร้านหม้อพื้นโบราณ ชมเครื่องมือทำพื้นสมัยโบราณ ร้านถ่ายรูปโบราณ และอาหารพื้นถิ่นที่ขึ้นชื่อ เช่น ซุนเปี้ยะ ที่มีลักษณะคล้ายปอเปี้ยะแต่ต่างกันที่ใช้ผักกระเฉดเป็นส่วนประกอบ เป็นต้น รวมถึงศาลเจ้าและศาลเจ้าแม่ทับทิมในพื้นที่

ศักยภาพด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ในชุมชนบางหลวงมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากมายทั้งนี้ เชื่อมโยงกับจุดดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ เช่น การชมวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทย-จีน การเลือกชิม และซื้ออาหารและของฝาก การพักผ่อนริมน้ำท่าจีน และกิจกรรมที่โดดเด่น คือ การเรียนรู้ดนตรีจีน ศึกษา พิพิธภัณฑสถานจีน การตีเหล็ก ในพื้นที่ เป็นต้น

ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ในพื้นที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบทั้งที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่หลากหลาย และสิ่งสำคัญมีพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจริมแม่น้ำท่าจีนไว้รองรับเป็นที่พักและรับประทานอาหารแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ศักยภาพด้านที่พัก พบว่าชุมชนตลาดบางหลวงเป็นชุมชนเก่าแก่ ตั้งอยู่บริเวณชุมชนเล็ก ๆ จึงมีที่พัก จำนวนไม่มากนัก แต่ยังมีที่พักใกล้เคียง ในลักษณะรีสอร์ทของเอกชน ซึ่งในอนาคตชุมชนมีความสนใจในการ ให้บริการที่พักในลักษณะ Homestay ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกิจกรรมท่องเที่ยวและลักษณะการท่องเที่ยวในอนาคต ด้วย

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนบางหลวง

การศึกษาถึงรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชน เก็บข้อมูล ด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนชุมชน 400 คน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.25 ส่วนเพศชายคิดเป็น ร้อยละ 37.75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมามีช่วงอายุ 56 – 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 ช่วงอายุ 46 – 55 คิดเป็นร้อยละ 18.75 ช่วงอายุ 26 – 35 คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุ 36– 45 คิดเป็นร้อยละ 11.75 และช่วงอายุ 66 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.25

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมา ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.50 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 10.25 เป็น เกษตรกรรม/กสิกรรม/ประมง คิดเป็นร้อยละ 6.75 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.25 วางงาน/ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 0.75

ส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ภูมิลำเนาภาคกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 23.75 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 20.25 ภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 5.75 ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 3.75 และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 1.50

ส่วนเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อเยี่ยมญาติมากที่สุด ร้อยละ 50.50 รองลงมา คือ พักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 38.50 หาประสบการณ์ใหม่ ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.25 ผ่านทาง/ทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และบำบัดสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.00

วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ใช้การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.75 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 9.75 เช่ารถยนต์ รถตู้ คิดเป็นร้อยละ 3.00 รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 2.50 และรถทัวร์ รถบัส ร้อยละ 1.00

ส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุค อินสตราแกรม ไลน์ วิแชท ทวิตเตอร์ วอทสแอฟ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมา คือ วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 23.75 นิตยสารท่องเที่ยว ร้อยละ 20.25 ผ่านช่องทางเว็บไซต์ ร้อยละ 4.75 บริษัททัวร์/ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 3.75 จากครอบครัว/เพื่อน ร้อยละ 1.50 และสำนักงานการท่องเที่ยว ร้อยละ 1.50

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ส่วนใหญ่ใช้เวลา 1 วัน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ ครึ่งวัน ร้อยละ 40.25 และมากกว่า 1 วัน ร้อยละ 1.50 ในการเดินทางมาที่ชุมชนแต่ละครั้งมีการใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณ 1,501 – 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.75 และ มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.00

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนชุมชนบางหลวง รายละเอียดดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ
เส้นทางจากทางสายหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย	4.62	0.50	มากที่สุด
เส้นทางจากทางสายหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางชัดเจน	4.51	0.50	มากที่สุด
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง	4.48	0.47	มาก
เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพชวนชื่นชม	4.44	0.49	มาก
เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.41	0.46	มาก
รวม	4.49	0.48	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นจากมากไปน้อยพบว่า ความพึงพอใจต่อเส้นทางจากทางสายหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) ความพึงพอใจต่อเส้นทางจากทางสายหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้หลายเส้นทางอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) ความพึงพอใจต่อเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพชวนชื่นชมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) และความพึงพอใจต่อเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$)

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	3.77	0.91	มาก
ความเหมาะสมของทรัพยากรท่องเที่ยวกับสภาพแวดล้อม	3.68	0.86	มาก
ความโดดเด่นและน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.86	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	4.26	0.84	มาก
ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว	3.91	0.82	มาก
ความมีชื่อเสียงของทรัพยากรท่องเที่ยว	4.01	0.76	มาก
การนำไปใช้ประโยชน์ของทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยว	3.93	0.84	มาก
ความยั่งยืน อยู่รอดของทรัพยากรท่องเที่ยว	3.99	0.72	มาก
การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.08	0.77	มาก
รวม	3.96	0.82	มาก

จากตารางที่ 2 ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าทุกรายประเด็นนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ความพึงพอใจต่อความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.26$) ความพึงพอใจต่อการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}=4.08$) ความพึงพอใจต่อความมีชื่อเสียงของทรัพยากรท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.01$) ความพึงพอใจต่อความยั่งยืน อยู่รอดของทรัพยากรท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.99$) ความพึงพอใจต่อความโดดเด่นและน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.97$) ความพึงพอใจต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.93$) ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.91$) ความพึงพอใจต่อความสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.77$) และความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของทรัพยากรท่องเที่ยวกับสภาพแวดล้อม ($\bar{X}=3.68$)

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวทางเลือก

ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวส่งเสริมทางเลือกกับการท่องเที่ยว	3.75	0.88	มาก
ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ในการเกิดทางเลือกในการท่องเที่ยว	3.74	0.94	มาก
ชุมชนในพื้นที่มีบทบาท/เอื้ออำนวยในการสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยว	4.01	0.97	มาก
แหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้	3.85	1.04	มาก
ความสามารถในการเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว	3.79	1.03	มาก
รวม	3.83	0.97	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่าทุกรายประเด็น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็น และเมื่อเรียงลำดับประเด็นจากคะแนนเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามารถเรียงได้ ดังนี้ ความพึงพอใจต่อชุมชนในพื้นที่มีบทบาท/เอื้ออำนวยในการสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.01$) ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ ($\bar{x}=3.85$) ความพึงพอใจต่อความสามารถในการเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.79$) ความพึงพอใจต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวส่งเสริมทางเลือกกับการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.75$) และความพึงพอใจต่อข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ในการเกิดทางเลือกในการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.74$)

รูปแบบการผสมผสานทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวทางเลือกเชิงสร้างสรรค์

แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

ในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบางหลวง ได้ทำการเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม

พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 31.25 มีความสนใจต่อการไปท่องเที่ยวต่อยังชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มากที่สุด รองลงมาคือ องค์พระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตลาดน้ำดอนหวาย คิดเป็นร้อยละ 14.5 ลานแสดงช้าง และฟาร์มจระเข้สามพราน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตลาดน้ำวัดลำพญา คิดเป็นร้อยละ 6 พระราชวังสนามจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 5 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหัตถศิลป์ไทย คิดเป็นร้อยละ 5 วัดไร่จิง คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง คิดเป็นร้อยละ 2.25 ภูมิลานต์เมืองไม้ (Woodland Museum) คิดเป็นร้อยละ 2.25 เจษฎา เทคนิค มิวเซียม คิดเป็นร้อยละ 1.5 พิพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) เชียง คิดเป็นร้อยละ 1 วัดกลางบางพระ และตลาดท่านา คิดเป็นร้อยละ 0.75 ส่วนวัดเจริณราชวรวิหาร (วัดหนองพงนก) วัดศิระชะทอง วัดสามพราน และวัดพระประโทนเจดีย์ คิดเป็นร้อยละ 0.25

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะท่องเที่ยวยังชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จึงทำให้เกิดการศึกษาถึงศักยภาพความพร้อมของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ในการพัฒนาเป็นรูปแบบการผสมผสานทางการท่องเที่ยว (Hybrid) ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

การสร้าง Travel Package โดยการใช้ Tourism/Travel Data Management Platform

ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาประยุกต์ใช้ Tourism/Travel Data Management Platform เพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผ่านสื่อการเรียนรู้สามมิติแบบมีปฏิสัมพันธ์เสมือนจริงโดยใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม) เข้ามาใช้ ทั้งนี้การนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว ในเส้นทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนตลาดบางหลวงและพื้นที่เชื่อมโยง เช่น ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ซึ่งเป็นจุดเด่นของจังหวัดนครปฐม สามารถเป็นต้นแบบการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากเดินทาง หลังจากสถานการณ์การท่องเที่ยวดีขึ้น ซึ่งเทคโนโลยี

นี้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว และข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์สูงสุดในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว และเกิดการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวใน 3 รูปแบบ ประกอบด้วย โปรแกรมแบบครึ่งวัน โปรแกรมแบบเต็มวัน และโปรแกรมแบบ 2 วัน 1 คืน

อภิปรายผล

ชุมชนตลาดบางหลวง ร.ศ.122 สร้างขึ้นราวปี พ.ศ.2386 มีที่ตั้งอยู่ที่ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยปัจจุบันตลาดแห่งนี้มีอายุมากกว่า 179 ปี พื้นที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ สถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนในพื้นที่ตลาดเก่า มีลักษณะเป็นห้องแถวไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากันที่ยังคงรูปแบบในอดีต วิถีชีวิต การค้าขายของคนในชุมชน รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรม ที่ผสมกันระหว่างไทยและจีน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนบางหลวงนั้นเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ยที่ 18 – 25 ปี ส่วนมากเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีภูมิลำเนาเดิมในพื้นที่ภาคกลางมากที่สุด ซึ่งในการเดินทางมามีวัตถุประสงค์เพื่อกลับมาเยี่ยมญาติ และพักผ่อนหย่อนใจ มักใช้การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 1,500 - 3,000 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของพิชญา ดวงฟู (2559) อัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน (2563) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเดินทางไปยังพื้นที่ชุมชนส่วนมาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมักใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน ในขณะที่การศึกษาของวรรณวิศา จิตใจกล้า และ ชลวิษ สุธัญญารักษ์ (2560) ได้อธิบายไว้ว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีค่าใช้จ่ายที่ราว 1,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มายังชุมชนบางหลวงส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ไลน์ วิแชท ทวิตเตอร์ วอทสแอป) อันเนื่องมาจากเป็นกลุ่มวัยรุ่น สอดคล้องกับ บุญยี่ง คงอาษาภัทร และคณะ (2561) และวิศปัตย์ ชัยช่วย (2560) ที่พบว่าสื่อออนไลน์มีส่วนสำคัญในการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวและง่ายต่อการใช้งานในการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลให้แก่เพื่อนนักท่องเที่ยวด้วยกัน

ชุมชนบางหลวงมีศักยภาพเพียงพอต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมีเอกลักษณ์เฉพาะ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่ายและสะดวก อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการ และมีที่พักบริเวณโดยรอบเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chuaybamrung, T. (2011) พยอม ธรรมบุตร (2559) และ Dickman (2016) ที่ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งสำคัญที่ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีอยู่ 5 ประการได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระบบโครงสร้างพื้นฐานเหมาะสมซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นั้น ๆ ได้ 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการ

ค้ำคื่น 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทางเพราะเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ กิจกรรมนันทนาการ (Recreational Activities) ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ ซึ่งรวมถึงชุมชนเชื่อมโยงชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่ได้รับความสนใจเช่นกัน อันเนื่องมาจากการที่พื้นที่ทั้งสองมีความคล้ายคลึงกันในเชิงกายภาพที่เป็นชุมชนตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำที่มีบรรยากาศดี ทั้งสองชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นจำนวนห้องน้ำเพียงพอ สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีถังขยะเพียงพอ สะดวก ถูกสุขลักษณะ และการคัดแยกการทิ้งขยะ ที่จอดรถมีเพียงพอ ความเป็นระเบียบ ชัดเจนไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยว และมีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวในความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบครึ่งวัน เต็มวัน และสองวันหนึ่งคืนที่ผสมผสานกับการท่องเที่ยวในแหล่งอื่นหรือใกล้เคียงกันสอดคล้องกับการศึกษาของพิมพ์วิวัฒน์ นพกิจกำจร (2560) และวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2558) และ Bramwell, B. and Sharman, A. (2002) ที่ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการร่วมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจกับพื้นที่ กิจกรรมนั้นต้องไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย มีความหลากหลายและไม่ใช้เวลาต่อกิจกรรมมากเกินไป

นอกจากนี้การนำเทคโนโลยี AR มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวนั้นยังสามารถช่วยให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เนื่องจาก AR เป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานสภาพแวดล้อมจริงเข้ากับวัตถุเสมือนให้กลมกลืนในเวลาเดียวกัน โดยวัตถุเสมือนสามารถเป็นได้ทั้ง ภาพ เสียง คลิปวิดีโอ หรือข้อความ เพื่อนำเสนอหรือตอบโต้กับผู้ใช้งาน ซึ่งเทคโนโลยีนี้จำเป็นต้องประมวลผลผ่านมือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ขึ้นอยู่กับการออกแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเนื้อหาจากสื่อดิจิทัลจากระบบมัลติมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาได้อย่างไม่มีขีดจำกัด และสามารถสื่อสารไปยังผู้ใช้งานได้หลากหลาย (ธีรชัย ศรีสุวรรณ, 2563) สอดคล้องกับการศึกษาของ พจนศิริรินทร์ ลิ้มปิ่นนันทน์ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจากการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบหนังสือหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากกว่าการอ่านหนังสือทั่วไป (เมตตา คงคากุล และบุรินทร์ นรินทร์, 2561) ซึ่งการใช้เทคโนโลยี AR มาออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวมีข้อดีคือ เทคโนโลยี AR มีการคำนึงถึงตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวและความสามารถในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน เพื่อให้สามารถเข้าชมจุด หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ง่าย อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางที่ออกแบบขึ้นใหม่ตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เพื่อใช้ประโยชน์ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว (สาลินี ทิพย์เพ็ง และคณะ, 2565)

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมไทย-จีน ชุมชนบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” แสดงให้เห็นว่าชุมชนตลาดบางหลวงมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวครบถ้วนตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยมีจุดเด่นสำคัญคืออัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย-จีนที่ผสมผสานอย่างกลมกลืนกับวิถีชีวิตดั้งเดิมและสภาพแวดล้อมริมแม่น้ำ ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและวัยเรียนที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ และมีความสนใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และกิจกรรมในพื้นที่จริง งานวิจัยจึงชี้ให้เห็นว่า “คุณค่าทางวัฒนธรรมและประสบการณ์เชิงพื้นที่” เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจ มากกว่าการพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่

องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญจากการวิจัย คือ การเสนอแนวคิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบเชื่อมโยงระหว่างชุมชน โดยการผสมผสานศักยภาพของชุมชนบางหลวงกับชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งมีความพร้อมด้านกิจกรรมการเรียนรู้เชิงเกษตรและทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลายและสามารถกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ งานวิจัยยังนำเสนอการประยุกต์ใช้ Tourism/Travel Data Management Platform ร่วมกับสื่อการเรียนรู้สามมิติแบบมีปฏิสัมพันธ์เสมือนจริง เป็นนวัตกรรมสำคัญในการออกแบบแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล โดยสามารถพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ โปรแกรมครึ่งวัน โปรแกรมเต็มวัน และโปรแกรม 2 วัน 1 คืนแบบเชื่อมโยงระหว่างชุมชน ซึ่งไม่เพียงช่วยเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการข้อมูลนักท่องเที่ยว และการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

โดยภาพรวม งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ในการบูรณาการ ทุนวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากในบริบทการท่องเที่ยวไทยยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มช่วงวัยอื่นที่ไม่ใช่แค่วัยรุ่นและกลุ่มนักศึกษาเท่านั้น เพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) ควรนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมายกระดับและปรับใช้ให้เป็นเอกลักษณ์ และเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3) ควรส่งเสริมให้มีการนำชุมชนบางหลวง ไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้เพื่อให้เยาวชนในพื้นที่ตระหนัก และเห็นความสำคัญของทรัพยากรและภูมิปัญญาของตน เพื่อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นของนักท่องเที่ยว

4) การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงแนวทางในการจัดระบบความรู้ หรือการประมวลองค์ความรู้ (Knowledge Management) ของชุมชนบางหลวง เพื่อให้ได้แนวทางในการจัดระบบความรู้ที่เป็นระบบและสืบทอดให้กับคนรุ่นต่อไปที่จะขึ้นมาทำหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว

5) ควรมีการศึกษาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นเพิ่มเติมทั้งในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างชุมชนและขยายโอกาสการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่อื่น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). *แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและปัญหาวิกฤต*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คัชพล จันเพชร. (2560). การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร*, 10(1), 111-121.

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2554). *ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์*. สถาบันพระปกเกล้า.

ธีรชัย ศรีสุวรรณ. (2563). *AR Technology เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอัจฉริยะอย่างปลอดภัย*. <https://www.depa.or.th/th/article-view/ar-technology>

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร และคณะ. (2561). *การทำตลาดกับกลุ่มผู้สูงอายุ*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2566. เข้าถึงจาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2881728>.

พจน์ศิริรินทร์ ลิ้มปิ่นนันทน์. (2562). การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 6(1), 8-16.

พยอม ธรรมบุตร. (2559). *เอกสารประกอบการสอน การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พิชญา ดวงฟู. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง*. ปรินญามหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิมพ์ปวีณ์ นพกิจกำจร. (2560). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละ Gen*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566. เข้าถึงจาก <https://forbesthailand.com/news/travel/expedia>.

- เมตตา คงคากุล และบุรินทร์ นรินทร์. (2561). การพัฒนาศูนย์รวมแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเขตจังหวัดราชบุรี. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย 1 มีนาคม 2561*. 1510-1520.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ. (2548). มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2558). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี มหาวิทยาลัยดุสิตธานี*. 12 (พิเศษ): 134-149.
- วรรณวิศา จิตใจกล้า และชลวิช สุธัญญารักษ์ (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*. 12(24): 85-9.
- วิศปต์ย์ ชัยช่วย. (2560). การใช้LINEของผู้สูงอายุ: *การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา*. 10(1): 1.
- ศรัญญา เลิศมนไพโรจน์. (2550). *การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาลินี ทิพย์เพ็ง กุลดารา เพียรเจริญ นราธร สังข์ประเสริฐ สุภาวดี มาก้อน และรัสมันต์ ยุระพันธ์. (2565). *การวิจัยและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววิถีโหนด นา เล พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ด้วยเทคโนโลยี AR สู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
- สำนักงานเลขาธิการอาเซียน (2558) *การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนกับการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมชนสหกรณ์แห่งประเทศไทย
- สำนักงานเทศบาลตำบลบางหลวง. (2564). *ข้อมูลชุมชนตลาดบางหลวง*. สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564. เข้าถึงจาก <http://www.bangluang.go.th/market.html>.
- องค์การยูเนสโก. (2549). *รูปแบบการท่องเที่ยวพิเศษ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อ. 2 สิงหาคม 2554, จาก http://www.creativetourism.com/c_main/about.html.
- อัญชลี สมใจ และพันธุ์รวี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโคลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *ศิลปศาสตร์ปริทัศน์*. 15(2): 13-27.
- อิสระพงษ์ พลธานี. (2560). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- Baktygulov, S. and Raeva, D. (2018). *Creating value for all: Community-based tourism*. GIM Case Study, (B058). UNDP.
- Bangkok Business (2023). *Tourism Business Retrieved 18 May 2023 from* <https://www.bangkokbiznews.com/>

- Boonyasana, P. and Chinnakum, W. (2021). Developing the Tourism Sector for Poverty Reduction and Inclusive Sustainable Growth in Thailand. *Poverty Reduction for Inclusive Sustainable Growth in Developing Asia*, 57-76.
- Bramwell, B. and Sharman, A. (2002). Approaches to sustainable tourism planning and community participation, pp. 17-35 in Richards, G. and Hall, D. (ed.), *Tourism and Sustainable Community Development*. London: Routledge.
- Bryman, A. (2008) *Social Research Methods*. (eds.). Oxford: Oxford University Press.
- Chuaybamrung, T (2011) *Wisdom for creative local development Bangkok*: King Prajadhipok's Institute
- Dickman, S. (2016). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education education.
- Holden, A. (2006) *Tourism Studies and the Social Sciences*: Routledge: London.
- Mowforth, M and Munt, I. (2003) *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in The Third World*. London: Routledge.
- Palmer, N. and Chuamuangphan, N. (2017) Socetal Value and local Responses to Appropriate Livelihoods, Fairness and Decision-making Involvement in Ecotourism: Chiang Rai, Thailand. *Asian Journal of Tourism Research* 2 (1), 118-149
- Peet, R. and Watts, M. (2004) *Liberation Ecologies: Environment, Development, Social Movements*. London: Routledge.
- Stonich, S. (2000) *The Other Side of Paradise: Tourism, Conservation, and Development in the Bay Island*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Tourism Authority of Thailand (TAT) (1997) *Handout for Responds Tourism Management*. Bangkok: TAT
- UNnews (2024) Retrieved 18 December 2025 <https://news.un.org> 11/10/2024