

แนวทางการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี

A GUIDELINE FOR PROMOTING THE POTENTIAL OF CREATIVE TOURISM IN CHANTHABURI PROVINCE

ปุณณิรันดร อังศุธีรกุล^{1*}, ศรุต ชำนาญธรรม² และ พศวรรตร์ วริพันธ์³

POONNIRUN AUNGSUTHEERAKUL¹, SARUTH CHAMNANTHAM² and PHASAVAT WARIPHAN³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรีด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติ 2) เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยเรื่องนี้ดำเนินการวิจัยโดยวิธีศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Key Informant) จาก ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน ตัวแทนภาคชุมชน ตัวแทนภาคนักท่องเที่ยว ตัวแทนภาคนักวิชาการ จำนวน 40 คน โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive) โดยการคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ และคำถามของการวิจัยในครั้งนี้ได้ เป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลจากผู้ที่มีหน้าที่ด้านการวางแผนส่งเสริมองค์กรและผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมองค์กรนั้น ๆ รวมทั้งผู้ที่มีผลประโยชน์ หรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix เพื่อวางแผนทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ในด้านวัฒนธรรม และประเพณี ด้านเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านวิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของชุมชนที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละด้านเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว และ 3) แนวทางการส่งเสริมศักยภาพจาก กลยุทธ์เชิงรุก โดยการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลักดันยกระดับเทศกาลประเพณีในท้องถิ่นให้มีความยิ่งใหญ่ระดับประเทศ กลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมปลูกจิตสำนึกในเรื่องเอกลักษณ์และคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่น กลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยการเพิ่มสาธารณูปโภคพื้นฐานที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยส่งเสริมการตลาด การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กำหนดวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวได้

คำสำคัญ : การส่งเสริม ; ศักยภาพ ; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ; จังหวัดจันทบุรี

¹⁻³ อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Bangkokthonburi University.

* Corresponding Author, E-mail: poonnirun9999@gmail.com

Received: Mar 30, 2023, Revised: May 22, 2023, Accepted: May 31, 2023

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the potential of creative tourism in Chanthaburi Province in terms of creative tourism activities and ways of life as a part of the nature; 2) evaluate service marketing mix factors in the stakeholders' views; and 3) propose the guideline for promoting the potential of creative tourism. The in-depth interview, one of qualitative research methods, was selected for collecting data from 40 key informants, including representatives from public authorities, private agencies, community sector, tourists' and academic sector. The researcher selected the key informants from the purposive selection by considering the key informants who could meet the objectives. This research selected informants from those responsible for the promotion planning of the organization and those with decision-making authority in determining the direction of the promotion of that organization, including those with interests. or affected by tourism in creative tourist attractions in Chanthaburi Province. SWOT and TOWS Matrix were used for analyzing the collected data so as to formulate the guideline for promoting the potential of creative tourism in Chanthaburi Province.

The research findings revealed that 1) the potential of creative tourism in Chanthaburi Province in terms of culture and traditions, identity, ways of life as a part of natural resources, participation of communities in relation to tourist activities for promoting the potential of creative tourism to access to tourism resources and identity of the respective places provided tourists with travel experience and built their travel motivation and behaviors; 2) service marketing mix factors affected to the Thai tourists' creative travels, in the views of stakeholders representing each areas, for attracting tourists' interest; and 3) the guideline for promoting the potential were developed from SO Strategies by designing the travel route of creative tourism, encouraging and levelling local traditional festivals up to the national level; from ST Strategies by boosting tourists' confidence, promoting and cultivating the conscious mind of identity and values of local culture; from WO Strategies by promoting the expansion of necessary infrastructure, integration of related agencies and participation of communities; and from WT Strategies by organizing creative tourism activities including promotion campaigns, planning and producing calendars of festival events so that tourists were able to make their travel itineraries.

Keywords: Promotion ; Potential ; Creative Tourism ; Chanthaburi Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก จากรายงาน UNWTO Tourism Highlights ขององค์การการท่องเที่ยวโลก ประจำปี พ.ศ. 2563 พบว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับที่ 3 ของโลก คิดเป็นมูลค่า 1.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 7 ของมูลค่า การส่งออกทั้งหมด

นอกจากนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ขับเคลื่อนนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองภายใต้โครงการ Amazing Thailand Go Local : เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโตโดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเสริมสร้างและยกระดับท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งจากการกระจายรายได้สู่เมืองรอง 55 ของประเทศไทย (มติชนออนไลน์, 2561)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเน้นที่ความยั่งยืน มีการผสมผสานวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา และความเป็นไทยเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริง อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น (รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชารี, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เติบโตและขยายตัวเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ที่กำลังมองหาประสบการณ์ในลักษณะการมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ มากขึ้น ช่วยส่งเสริมโอกาสให้พวกเขาพัฒนาตนเองอย่างสร้างสรรค์และสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบเดิม (Richards & Raymond, 2000) นอกจากนี้รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังช่วยอนุรักษ์มรดกของคนที่พื้นถิ่นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดปี (Chugh, 2018) ตลอดจนเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยรักษาสมดุลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนให้ยั่งยืนอีกด้วย (Wisudthiluck et al. 2011)

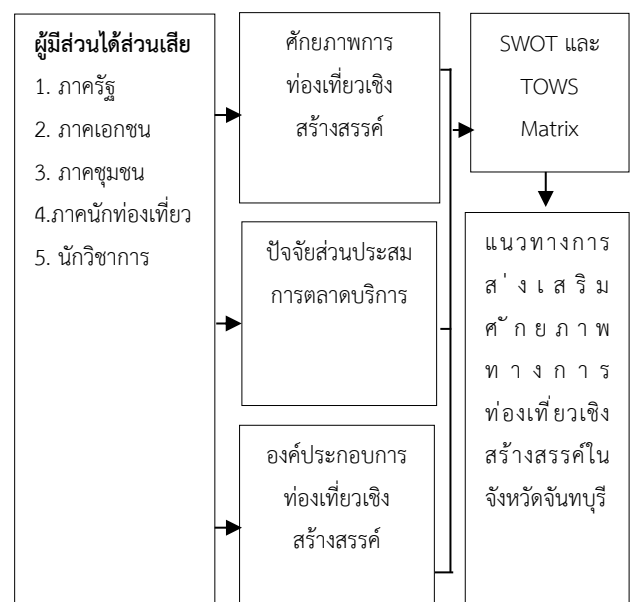
ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นอกจากกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้ว รูปแบบหรือลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาที่ทรงพลังและหากจะเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจึงจะสามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างตรงประเด็นมากที่สุด

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดจันทบุรี โดยผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีได้ ทั้งยังเป็นข้อมูลเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี การสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ดังกล่าว และทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ทางผู้วิจัยได้ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 40 คน โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน ตัวแทนภาคชุมชน ตัวแทนภาคนักท่องเที่ยว ตัวแทนภาคนักวิชาการในจังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive) โดยการคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ และคำถามของการวิจัยในครั้งนี้ได้ เป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลจากผู้ที่มีหน้าที่ด้านการวางแผนส่งเสริมองค์กรและผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการ

ส่งเสริมองค์กรนั้น ๆ รวมทั้งผู้ที่มีผลประโยชน์ หรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ตัวแทน	จำนวน
ภาครัฐ ผู้ที่เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ในจังหวัดจันทบุรี	5 คน
ภาคเอกชนผู้ประกอบการร้านอาหาร ธุรกิจอาหารขนส่ง ที่พักแรม ร้านของฝาก ของที่ระลึก ในจังหวัดจันทบุรี	10 คน
ตัวแทนภาคชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ในจังหวัดจันทบุรี	12 คน
นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี	10 คน
นักวิชาการตัวแทนนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว	3 คน
รวม	40 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับผู้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ และภาคชุมชนเพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรี ผู้สัมภาษณ์จำเป็นต้องกำหนดประเด็นต่างๆ ไว้ล่วงหน้า ต้องการซักถามเรื่องใด โดยกลยุทธ์ในการเก็บข้อมูลได้มุ่งเน้นความถูกต้องตรงประเด็นของข้อมูลในโลกและ ทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก โดยดำเนินการสอบถามในรูปแบบการสนทนา การสัมภาษณ์จุดมุ่งหมายและกลยุทธ์สำคัญของการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจึงมุ่งเน้นในความถูกต้องตรงประเด็นโดยมุ่งเน้นประเด็นหลัก 3 ประเด็น คือ 1) องค์กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรี 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรีและ 3) ศักยภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรี

โดยกำหนดแบบคำถามตามลักษณะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญดังนี้ คำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 5 ชุด ได้แก่ 1) ประเด็นคำถามชุด ก. สำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาครัฐ 2) ประเด็นคำถามชุด ข. สำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนเอกชน 3) ประเด็นคำถามชุด ค. สำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาคชุมชน 4) ประเด็นคำถามชุด ง. สำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาคนักท่องเที่ยว และ 5) ประเด็นคำถามชุด จ. สำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาคนักวิชาการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักท่องเที่ยว และนักวิชาการ โดยมีการนัดหมายให้ข้อมูล มีการบันทึกเสียงและจดบันทึกเพื่อประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล (สุภางค์จันทวานิช, 2559) โดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้าน เวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ข้อมูลที่ต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนยังได้ข้อมูลที่มีเนื้อหาสอดคล้องกัน ซึ่งผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสามเส้าทำให้ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำผลที่ได้มาประมวลเป็นผลวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน 1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) โดยแบ่งออกเป็นข้อมูลด้านกายภาพ และข้อมูลด้านเนื้อหา 2) การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและแสดงข้อมูลเป็นตาราง และ 3) การหาข้อสรุป โดยผู้วิจัยทำการสรุป ดีความ และตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความ และตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการวิจัยต่อไป

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ในด้าน 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) วิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติ ผลการวิจัยพบว่า จันทบุรีมีความโดดเด่นเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์และพร้อมบริการการท่องเที่ยว เรื่องราวของวิถีชีวิตชุมชนที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่น ขยายตลาดการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ มีกิจกรรมสำคัญที่มาจาก การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยว โดยสรุปศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้กับชุมชนและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ โดยมาจากการกำหนดเส้นทางกิจกรรมการสาธิตวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวจากชุมชน โดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และเสน่ห์ของพื้นที่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง สร้างองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และเอกชนให้ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) วิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติ โดยภาครัฐและภาคเอกชน สามารถส่งเสริมศักยภาพให้กับชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ทางด้านภาพลักษณ์และสามารถเข้าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยว ในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น วิถีชีวิต การละเล่น ที่จะนำนักท่องเที่ยวได้สัมผัสชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักท่องเที่ยว และภาควิชาการ สรุปได้ว่าภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทสนับสนุนการตลาดในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงได้มีการออกแบบและพัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาให้มีอัตลักษณ์เฉพาะให้มีความน่าสนใจ แสดงถึงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรม โดยใน 1) ด้านสินค้าและบริการ ควรเป็นวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นโดยตรงซึ่งแสดงถึงตัวตนของชุมชน มีความโดดเด่น ไม่ซ้ำใครและเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนพื้นถิ่นมีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง 2) ด้านราคาของชุมชน มีราคาเหมาะสมไม่แพงโดยชุมชนสามารถร่วมกันกำหนด

ราคาได้แต่ก็ควรมีการกำหนดราคาและตรวจสอบราคาจากหน่วยงานภาครัฐได้ 3) ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางการจำหน่ายโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายตามเพจสื่อออนไลน์ต่างๆ ควรมีการรวมกลุ่มชุมชนเพื่อทำช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและทั่วถึง 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมกิจกรรม เทศกาลประจำปีทุกปี มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5) ด้านกระบวนการ จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวจึงมีรูปแบบการให้บริการที่ชัดเจน มีพื้นที่ชุมชนเพื่อนำเสนอกิจกรรมท้องถิ่น แต่ควรมีการขนส่งที่มีมาตรฐานมากขึ้น 6) ด้านบุคลากร มีการนำความรู้ใหม่มาพัฒนาบุคลากรรุ่นเก่ามีความรู้ในการให้บริการเป็นอย่างดี ควรมีการพัฒนาภาคเอกชนในการให้บริการ แนะนำ เชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีเอกลักษณ์เฉพาะ การสร้างเรื่องราวให้เกิดความน่าสนใจ ปรับสภาพพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความเหมาะสมสะดวกสบาย ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาค้นคว้าจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี และ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำมาวิเคราะห์ SWOT ต่อแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี และ TOWS Matrix เพื่อนำไปพัฒนาแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ของ
แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดจันทบุรี

SWOT Analysis & TOWS Matrix	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับประเทศกัมพูชาซึ่งกำลังเติบโต ทะเลอ่าวไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นแหล่งผลิตผลไม้มูลค่าสูงเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีเทศกาล ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีภูมิปัญญา ทักษะทางด้านการเกษตรและประวัติศาสตร์ 	<ol style="list-style-type: none"> การเตรียมบุคลากรรองรับการยกมาตรฐานยังไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์ในระดับชุมชน แรงงานภาคบริการไม่เพียงพอ ขาดการถ่ายทอดทักษะ ภูมิปัญญา บุคลากรขาดทักษะภาษาต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่แพร่หลาย ขาดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One-Stop Service
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว รัฐบาลมีนโยบายในการบริหารจัดการระบบขนส่ง ความมั่นคงทางชายแดนและพื้นที่ชายฝั่ง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความทันสมัย นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูล 	<ol style="list-style-type: none"> สถานการณ์เศรษฐกิจโลกตกต่ำ ขาดหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่การท่องเที่ยว ขาดการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยงภายในจังหวัด
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
<ol style="list-style-type: none"> สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รัฐบาลควรมีนโยบายในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคมขนส่งให้มีความพร้อมเพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว รัฐบาลควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> เพิ่มสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น การบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุน โครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การส่งเสริมพัฒนาทักษะการให้บริการแก่บุคลากรและประชาชนในพื้นที่และการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<ol style="list-style-type: none"> สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมปลูกจิตสำนึกในเรื่องเอกลักษณ์และคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่น การพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่การจัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> การจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้

อภิปรายผลการวิจัย

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน การท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับธรรมชาติของพื้นที่วัฒนธรรม การบริการ ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน การได้เรียนรู้วิธีทำ และลงมือทำด้วยตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Richards and Wilson, (2006) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีความยั่งยืนอยู่ได้เมื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป โดยอาศัยประสบการณ์เดิมของนักท่องเที่ยวที่มี และจะเปลี่ยนแปลงไปในทุกครั้งที่มีการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนต้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม นำเสนอความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรี รวมถึงทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถวางแผนการเดินทางมาเยือนได้อย่างมีรูปแบบ ด้านวิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับทรัพยากรธรรมชาติ ที่สร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน คนในท้องถิ่นชุมชนเป็นผู้เล่าเรื่องราว (Narration) จนเกิดเป็นเรื่องเล่า (Story Telling) ที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี การส่งเสริมศักยภาพให้แก่ชุมชนท้องถิ่นโดยภาครัฐ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ภาพลักษณ์ สร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น จากการจัดเทศกาลในพื้นที่ ที่จะนำนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน อย่างแท้จริง สร้างการรับรู้เรื่องราววัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน อาหารท้องถิ่น ต่อสาธารณชนผ่านสื่อออนไลน์เพื่อนำนักท่องเที่ยวหน้าใหม่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด

จันทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จุฑาธิปต์ จันท์เอียด (2562) ที่กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ย่อมเป็นการส่งเสริมให้พื้นที่นั้นสามารถกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยองค์ภาครัฐจำเป็นต้องร่วมมือกันเพื่อให้ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งกระบวนการ จัดการ และการจัดการต่าง ๆ ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น โดย สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัมภ์รดา สารอุป และ และ มณฑกานติ ชูชูวงศ์ (2564) ในเรื่องการศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ณ บอนน้ำพุร้อนฝาง อุทยานแห่งชาติดอยพ่มปก จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่าโดยรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติได้มาท่องเที่ยวแล้วเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ 1) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแต่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Pawaskar และ Goel (2014) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว เป็นวิธีที่จะสามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการตลาดในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562) ในเรื่อง แนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดราชบุรี ที่กล่าวว่า อิทธิพลของส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความโดดเด่นผูกพันกับ สภาพแวดล้อม กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ เชิงสร้างสรรค์ และ วัฒนธรรมท้องถิ่น มีความแตกต่างจากที่อื่นและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทำให้ชุมชนรู้สึกได้รับประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อิศระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความประทับใจมากที่สุด โดยพบว่า มีกิจกรรมที่ทำให้

เพลิดเพลินกับการชมแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ สาธิญา รุ่งพิพัฒน์พงศ์ (2558) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรของ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ เชิงสร้างสรรค์ รวมถึงรัฐที่ประกอบรวมกันเป็นการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ที่ทำให้ชุมชนรู้สึกได้รับประโยชน์ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้านราคามีอัตราค่าบริการการท่องเที่ยวที่ เหมาะสมตามสภาพเศรษฐกิจและกลไกตลาดโดยมีราคาให้ นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันไปตามความต้องการ และภาวะทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนสามารถร่วมกันกำหนดราคา ได้แต่ก็ควรมีการกำหนดราคาและตรวจสอบราคาจากหน่วยงาน ภาครัฐได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา งามประภาสม (2563) เรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวบ้านแม่หลวง อำเภอแม่เมะ จังหวัด ลำปาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางการจำหน่าย โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายตามเพจสื่อออนไลน์ต่างๆ ควรมีการ รวมกลุ่มชุมชนเพื่อทำช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและ ทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนก บุญศักดิ์ (2565) กล่าว ว่าการเพิ่มช่องทางออนไลน์จะทำให้ชุมชนมีโอกาสเพิ่มขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมกิจกรรม เทศกาล ประจำปีทุกปี มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กัมปนาท เพชรแก้ว (2560) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยว มากขึ้น ด้านกระบวนการ จังหวัด จันทบุรีเป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวจึงมีรูปแบบการให้บริการที่ ชัดเจน มีพื้นที่ชุมชนเพื่อนำเสนอกิจกรรมท้องถิ่น แต่ควรมีการ ขนส่งที่มีมาตรฐานมากขึ้น ด้านบุคลากร พนักงานมีมนุษย์ สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีการนำความรู้ใหม่มาพัฒนาบุคลากรรุ่นเก่า มีความรู้ในการ ให้บริการเป็นอย่างดี ควรมีการพัฒนาภาคีเครือข่ายในการให้บริการ แนะนำ เชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้ นักท่องเที่ยวได้ ต้องพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ มีเอกลักษณ์เฉพาะ การสร้างเรื่องราว ให้เกิดความน่าสนใจ ปรับสภาพพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้มีความ เหมาะสมสะดวกสบาย ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวกับ

เอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี จากกลยุทธ์เชิงรุกประกอบด้วยโดยการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลักดันยกระดับเทศกาลประเพณีในท้องถิ่นให้มีความยิ่งใหญ่ระดับประเทศ รวมถึงการลงทุนเพื่อส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้เชื่อมโยงกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธศักดิ์ สุภสร (2560) ที่กล่าวว่า กลไกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งสู่ยุค 4.0 จากนี้ จะมุ่งสู่การตลาดสมัยใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทำการทำงานกับเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการรับส่งข่าวสารที่ทันสมัยรวดเร็ว ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมปลูกจิตสำนึกในเรื่องเอกลักษณ์และคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ อนันต์ คติยะจันทร์ (2564) ท้าวิจัยเรื่อง การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นฐานรากพื้นที่ชายแดนไทย จังหวัดหนองคาย ในด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยการเพิ่มสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น การบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทิศ ทาหอม (2558) ท้าวิจัยเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามาจังหวัดบุรีรัมย์ และกลยุทธ์เชิงรับ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยส่งเสริมการตลาด การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กำหนดวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ (2561) เรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากวรรณกรรมพื้นบ้าน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กำหนดวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน และพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

2. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ในจังหวัดจันทบุรี ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้าน

3. ส่งเสริมเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีรูปแบบที่ชัดเจน กำหนดปฏิทิน ฤดูกาล เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรม ประเพณี อาหารในพื้นที่ และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

4. หน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นในการรวบรวมองค์ความรู้ด้าน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนากิจกรรมหลักสูตรเพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. นักวิจัย และผู้ที่สนใจในการทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดจันทบุรี ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจจะมีส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติ หรือปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. สร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด

3. ศึกษาเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอื่นในประเทศไทย ที่มีสภาพปัจจัยภายในและภายนอกที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ

4. ควรวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ตามศักยภาพของแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- [1] กนก บุญศักดิ์. (2565). การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 16(1), 80-91.
- [2] กนกวรรณ ศิลสว่าง. (2562). แนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 131-146.
- [3] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2565. จาก <https://anyflip.com/zzfck/kiel/basic>.
- [4] กัมปนาท เพชรแก้ว. (2560). *การให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี*. นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2565. จาก [ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1626/1/57602329.pdf](https://thesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1626/1/57602329.pdf).
- [5] จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่ เกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 20(38), 66-80
- [6] เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(1), 103-116.
- [7] ปวีณา งามประภาสสม. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 22(2), 115-126.
- [8] มติชนออนไลน์. (2561). *ททท.จัด 7 คัมภีร์ Go Local บุคครึ่งหลังปี 61 ต่อยอด 4 เดือนแรก 55 เมืองรองโกย 8 หมื่นล้าน*. สืบค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.matichon.co.th/publicize/news_1018615.
- [9] รพีพรรณ จันทับและ ลินจง โพชาริ. (2559). ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 5(1), 48-59.
- [10] รัมภรดา สารอุป. (2564). การศึกษาความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ณ บ่อน้ำพุร้อนฝาง อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(1), 136-146.
- [11] สาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์. (2558). องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 115-140.
- [12] สุภางค์ จันทวานิช. (2559). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 23). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [13] อนันต์ คติยะจันทร์. (2564). การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นฐานรากพื้นที่ชายแดนไทย จังหวัดหนองคาย. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค*, 8(1), 188-200.
- [14] อภิศักดิ์ คู่กระสังข์. (2561). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากวรรณกรรมพื้นบ้าน. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(2), 309-321.
- [15] อิศระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(5), 18-39.
- [16] อุทิศ ทาหอม. (2558). ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ ชุมชนบ้านตามา จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิทยาการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 11(2), 57-70.
- [17] Chugh, S., R. (2018). *Creative Tourism: An Endogenous Approach to Developing Culturally and Environmentally Sustainable Tourism*. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 11(1), 60-66.



- [18] Pawaskar, P., & Goel, M. (2014). A conceptual model: Multisensory marketing and destination branding. *Procedia Economics and Finance*, 11, 255–267.
- [19] Richards, G. and Wilson, J.(2006) Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27, 1408-1413.
- [20] Richards, G., & Raymond, C. (2000) . *Creative Tourism*. Retrieved July 6th, 2022 , from https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_Richards_and_Raymond_2000.
- [21] Wisudthiluck Suddan et al. (2011). *Creative tourism model*. Funded by General Designated Areas for Sustainable Tourism. Retrieved July 6th, 2022, from <http://doc.qa.tu.ac.th>.