

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน

Development of Creative Tourism Resources of Pathumthani Province to
Accommodate ASEAN Tourists

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ชินบุตร¹

¹มหาวิทยาลัยปทุมธานี

E-mail: wittayachin20@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี (2) ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน และ (4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.899 ค่าความเชื่อมั่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.946 และค่าความเชื่อมั่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่ากับ 0.951 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ Chi Square (χ^2) ค่า t-test ใช้สถิติวิเคราะห์ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA หรือ Brown Forsyth เมื่อมีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 และใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน อาชีพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน อายุ มีความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ศาสนา ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และที่ระดับ .01 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน พัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน พัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ จัดทำคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าพื้นถิ่น ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน พัฒนา

ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่นๆ ที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกัน

คำสำคัญ: ทรัพยากรการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ประชาคมอาเซียน, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The objectives of this study included (1) to examine the relationship between demographic characteristics and tourism behavior of the tourists in Pathumthani Province, (2) to investigate local tourism resources and creative tourism in Pathumthani to accommodate the tourists from the advent of the ASEAN Economic Community (AEC), (3) to examine the relationship between local tourism resources and creative tourism in Pathumthani and lastly (4) to explore the approaches to creative tourism resources development in Pathumthani to accommodate the tourists from the AEC. This is a quantitative survey research using the questionnaire as the research instrument to collect data. The sample included a total of 400 Thai tourists traveling to Pathumthani. The Simple Random Sampling or Convenience Sampling was adopted. The Item Objective Congruence Index (IOC) was 0.899. The reliability of tourist resources and creative tourism was 0.946 and 0.951, respectively. The statistics implemented included frequency, percentage, mean and deviation, Chi-square (χ^2) t-test (Independent sample F-test) ANOVA (One-way Analysis of Variance), or Brown Forsyth, Fisher's Least Significant Difference (LSD) or Dennett's T3, and the Pearson Product Moment Correlation Coefficient. The results showed as follows.

1. Sex, age, marital status, religion, education level, occupation and average monthly income were correlated with aim of travel in Pathumthani at the significance level of .01. The highest education level and average monthly income were correlated with duration of travel in Pathumthani at the significance level of .01. The occupation was correlated with the duration of travel in Pathumthani at the significance level of .05. The age, marital status, religion, education level, occupation and average monthly income were correlated with the cost of travel in Pathumthani at the significance level of .01. The occupation was correlated to the cost of travel in Pathumthani at the significance level of .05. Sex, age, marital status, religion, education level, occupation and average monthly income were correlated with tourism activities in Pathumthani at the significance level of .01. The religion, education level, occupation and average monthly income were correlated with receiving tourism information in Pathumthani at the significance level of .01. The age was correlated with receiving tourism information in Pathumthani at the significance level of .05.

2. Tourists with different religion, age, and average monthly income were of the different opinion on tourism resources of Pathumthani in accommodating the AEC tourists at the significance level of .01 and .05. The Tourists with different sex, marital status, education level and occupation were of the similar opinions on tourism resources of Pathumthani in accommodating the AEC tourists overall at the significance level of .05.

3. Tourists with different age, religion, education level, and average monthly income were of different opinion on creative tourism of Pathumthani in accommodating the AEC tourists overall at the significance level of .05 and .01. The Tourists with different sex, marital status and occupation were of the similar opinion on creative tourism in Pathumthani overall at the significance level of .05.

4. Approaches to the tourism resources development include the tourism activities development, tourist's participation in community activities, tourist information center establishment, improved standard accommodation, improved infrastructure and facilities, enhanced safety standard, improved public transport, creative tourism guidebook development, local products development, community's workshop on creative tourism, foreign language skills improvement for employees and personnel in the private and public sector, as well as provincial networking of tourist attractions.

Keywords: Tourism Resources, Creative Tourism, ASEAN Community, Pathumthani Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Al-Albabneh, 2013) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้นๆ อีกด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559, หน้า ก) ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, หน้า 3) รัฐบาลไทยจึงกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด

ปัจจุบันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับการกล่าวถึงโดย Pearce และ Butler ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1993 ในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีศักยภาพและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่อยากใช้เวลาในวันหยุดของตนเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ไม่คุ้นเคยเพื่อการเรียนรู้และเพิ่มพูนทักษะของตน นอกจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญแล้วยังมีคุณลักษณะต่างๆ คือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว การเรียนรู้เพิ่มพูนทักษะ และการสร้างประสบการณ์จริงแท้ (กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, กรมการท่องเที่ยว, 2560, หน้า 18) โดยเป็นไปตามคำนิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richards และ

Raymond (2000) ที่กล่าวว่า “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน” ซึ่งสอดคล้องกับ UNESCO (2006) ได้กำหนดคำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความผูกพันและประสบการณ์ที่แท้จริงผ่านการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม และคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกับคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม” เช่นเดียวกับ Richards และ Wilson (2006) อธิบายว่า “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ วัฒนธรรมนิยม ประเพณีของท้องถิ่น และศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ที่ไปเยือนมากขึ้น” จากนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวส่งผลให้จังหวัดปทุมธานีได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทั้งนี้เพราะจังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร แต่มีวิถีชีวิตแตกต่างกับกรุงเทพมหานครมาก ยังคงมีบรรยากาศชนบท มีการดำเนินชีวิตตามแบบวิถีไทยรามัญ มีวัฒนธรรมนิยม ประเพณี และวัฒนธรรมที่เก่าแก่ โดยชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานีเป็นชุมชนที่ถูกกล่าวถึงในแง่ของชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์มอญที่เก่าแก่ แต่เดิมท้องถิ่นแถบนี้เป็นที่อยู่อาศัยของคนไทย ภายหลังมีชาวมอญอพยพเข้ามาอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งสองชาติก็อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขภายใต้ร่มเงาของพุทธศาสนา นอกจากนี้จังหวัดปทุมธานียังเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทยแห่งหนึ่งจากหลักฐานที่ค้นพบไม่ว่าจะเป็น วัด เต่าโองอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก หม้อข้าวแช่ และอิฐมอญ แสดงให้เห็นว่าเป็นแหล่งอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญแหล่งหนึ่ง รวมทั้งยังหลงเหลือและรักษาวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยมประเพณีที่สำคัญอยู่ เช่นการทำข้าว

แก่ การกวนข้าวทิพย์ นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานียังมีศาสนสถาน และวัดวาอาราม ร่องรอยของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนมอญ ในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้พยายามฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยรามัญให้กลับมาอีกครั้งเพื่อจรรโลงไว้ซึ่งแบบอย่างอันดีงามของท้องถิ่น ในอนาคตอันใกล้ จังหวัดปทุมธานีจะเป็นจังหวัดปริณทลที่มีรูปแบบทางวัฒนธรรมพื้นบ้านโดยวิถีชีวิตของผู้คนจะดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีที่ผ่านมายังมีปัญหาในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว การเพิ่มคุณภาพการบริการ ทั้งคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตามงบประมาณที่สนับสนุน (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2559) ซึ่งปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านการบริหารด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และด้านการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การท่องเที่ยวในปัจจุบันยังมีความอ่อนไหวจากปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องมีมาตรการในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีแนวความคิดที่ชัดเจน สร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนและเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้ชุมชนตระหนักในการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ให้

คงอยู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าบ้านหรือคนในพื้นที่ซึ่งเป็นแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางหรือประยุกต์ใช้เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อวางพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียนแตกต่างกัน

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม และทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างที่อยู่แหล่งท่องเที่ยว โดยอาจพักผ่อน หรือไม่พักผ่อน ณ ที่นั้นก็ได้ เพื่อผ่อนคลาย พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาประชุมสัมมนา ประกอบธุรกิจ ชมนิทรรศการ เยี่ยมเยือนเพื่อหรือญาติมิตร และสร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิต (Stevens, 1990, p. 3; Holloway, 1983, p. 3; Davidson, 1995, p. 2; วิสาชา อุเทนพานิช, 2546, หน้า 13; สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2541, หน้า 11; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 1)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม (กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 23-24) มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีทั้งในรูปของเงินตราต่างประเทศ เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และความเจริญสู่ท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและคนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งยังทำให้เกิดกระแสกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและส่งผลให้คนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง อีกทั้งยังส่งผลให้เกิด

ความเข้าใจยอมรับวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่าง เกิดความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ทั้งในระดับท้องถิ่น ภายในประเทศและต่างประเทศ (นิคม จารุมณี, 2544, หน้า 5-7)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวมี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยแรกคือ โครงสร้างทางสังคม ซึ่งได้แก่ คุณภาพชีวิต ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานคุณภาพ ส่วนปัจจัยที่สองคือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความเร็ว ความง่าย และความหลากหลาย (ประภัทร สุทธาเวช, 2550, หน้า 74-83)

องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (2) การตลาดการท่องเที่ยว (3) นักท่องเที่ยว และ (4) ธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์กันได้ดังนี้ เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่พร้อมรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้ว แหล่งท่องเที่ยวต้องทำการตลาดเพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และเมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ย่อมก่อให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้การท่องเที่ยวบรรลุตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก อย่างไรก็ตามหากนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจยอมให้อายากกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นซ้ำอีกครั้ง และแนะนำ เพื่อน ญาติ คนรู้จักให้เดินทางมาท่องเที่ยว ส่งผลให้การจัดการการท่องเที่ยวหมุนเวียนไปเรื่อยๆ และองค์ประกอบของแต่ละด้านต่างสนับสนุนซึ่งกันและกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 49) ดังนั้น องค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) ตลาดการท่องเที่ยวหรืออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นอุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง รวมทั้ง

ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว หรือหมายถึงเจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และ (3) องค์กรที่สนับสนุนส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในของภาครัฐและภาคเอกชน

รูปแบบหรือประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ (1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติหรือเชิงนิเวศเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเข้าไปเกี่ยวข้อง (2) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมหรือเชิงวัฒนธรรมรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณคดี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตที่บรรพบุรุษ ได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจพิเศษ ซึ่งก็จะมีรูปแบบย่อยๆ ของการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมความชอบและวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Goeldner, & Ritchies, 2006, p. 428; วรรณภา ศิลปะอาษา, 2545, หน้า 10-12; ราณี อธิชัยกุล, 2545, หน้า 5-6)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เริ่มมีการตีพิมพ์เผยแพร่ในวงวิชาการในช่วงปี ค.ศ. 2000 โดย เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และคริสติน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศนิวซีแลนด์ ที่ทำการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยได้ตีพิมพ์ใน Atlas Newsletter of November 2000 (Wurzburger, 2010, p. 17)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการสร้างคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดย

เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป (Richards, & Raymond, 2000, p. 18; Binkhorst, 2006, pp. 1-4; Richards, 2010, p. 78)

Richards และ Wilson (2006) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบขึ้นจากองค์ประกอบหลัก 3 ด้านคือ สถานที่สร้างสรรค์ งานหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ และกระบวนการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ที่เติบโตขึ้นจนสามารถเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างประสบการณ์สร้างสรรค์ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการปะติดปะต่อชิ้นส่วนของประสบการณ์ที่กระจัดกระจายให้เป็นชิ้นส่วนเดียวกันที่มีเอกลักษณ์ โดยอาศัยประสบการณ์เริ่มต้นที่นักท่องเที่ยวมาอย่างเฉพาะตัวในแต่ละบุคคล (unique) ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์เหล่านั้น เช่นเดียวกับ Gilmore และ Pine (1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเข้าไปอยู่ในกระบวนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวนั้น หรือนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคอย่างเดียว แต่มีบทบาทเป็นผู้ผลิตการท่องเที่ยวนั้นให้กับตนเอง หรือแม้กระทั่งเป็นผู้เลือกและกำหนดเนื้อหาของการท่องเที่ยวให้กับตนเองด้วย (user-generated content) ตามที่ Richards และ Wilson (2006) อธิบายว่านักท่องเที่ยวจะไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้บริโภคทั่วไป (passive consumer) ที่มีบทบาทเพียงการเดินชม หรือเลือกซื้อสินค้าสร้างสรรค์เท่านั้น หากแต่จะกลายเป็นผู้ร่วมในกระบวนการของการท่องเที่ยวหรือ Active Participant ด้วย ขณะที่ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด (2553) ได้สรุปองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็น 3 มิติและ 6 ปัจจัยสำคัญ ดังนี้ มิติที่ 1 สถานที่ (location) ได้แก่ ปัจจัยเมืองและชุมชน (city and community)

ปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ (identity and uniqueness) มิติที่ 2 การปฏิสัมพันธ์ (interaction) ได้แก่ ปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (living culture) ปัจจัยประสบการณ์จริง (authentic experience) มิติที่ 3 ตัวกลาง (agents) ได้แก่ ปัจจัยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ (creative people in residence) และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม (participative learning process)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยคุณลักษณะ 10 ประการ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554) ดังนี้ ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each Engaging The Other) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Engagement/Cultural Experience) มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (Spirit of Place/Deep Meaning/Understanding of The Specific Cultural of The Place) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on Experience) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information/Transformation and Transformative Experience) การเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More Participate Than Observe) นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ด้วยตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-Creating Tourism Experience) การเข้าถึงความจริงแท้ของกระบวนการในการผลิต รวมทั้งผลิตภัณฑ์ และการมีประสบการณ์จริง (Authentic Both Process and Product/Genuine Experience) จดจำ ประทับใจ และเข้าใจ (Memorable/I Hear and I Forget, I See And I Remember, I do And I Understand) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor-Made Approach) ทั้งนี้คุณลักษณะหลักทั้ง 10 ประการตามกรอบหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 2 ลักษณะ ดังนี้ คุณสมบัติในเชิงพื้นที่ และคุณสมบัติในเชิงกระบวนการ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจ ทั้งก่อนและหลังการมาเที่ยว และคาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคลแล้วมีการตัดสินใจที่จะเข้ามาเที่ยวต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งพฤติกรรมการแสดงออกนั้นส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่ง เพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง การเดินทางท่องเที่ยวก็เพื่อตอบสนองความต้องการ ความอยากรู้อยากเห็น และอยากมีประสบการณ์แปลกๆ ใหม่ๆ เพราะฉะนั้น ความต้องการของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการตัดสินใจ ซึ่งการตัดสินใจนั้นจะทำให้ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป (เสรี วงษ์มณฑา, 2542; วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546, หน้า 43; อธิวัฒน์ บุตตะโยธี, 2551, หน้า 28; ศุภลักษณ์ อังครางกูร, 2551, หน้า 134)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยแบบสอบถาม (questionnaire)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ประชากร (population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 271,196 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (Yamane, 1967 อ้างใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550, หน้า 155) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดในการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว และการได้รับข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรี จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ภูมิทัศน์ วัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ ตัวกลาง และนวัตกรรม จำนวน 20 ข้อ

ทั้งนี้แบบสอบถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ขณะที่แบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Ration scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนของ บุญชม ศรีสะอาด (2545, หน้า 99-100)

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำของที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามฉบับปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คือ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จิตนุพงศ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะณี
3. รองศาสตราจารย์ สุรพันธ์ ทับสุวรรณ

นำผลการตัดสินของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร (Item Objective Congruence: IOC) แล้วเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 เพื่อนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ผลการทดสอบได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.899

นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach Alpha Procedure) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.946 และค่าความเชื่อมั่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเท่ากับ 0.951

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยรอเก็บแบบสอบถามคืนทันทีที่กรอแบบสอบถามเสร็จ โดยเก็บทั้งในวันธรรมและวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเก็บข้อมูลในวันที่ 1 - 30 กันยายน พ.ศ. 2560 โดยเก็บตามความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยนักวิจัย ด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้กลับมา 400 ชุด และมีความสมบูรณ์ใช้ได้ทั้ง 400 ชุด คิดเป็น 100% ของข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจ

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

(1) หาค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

(2) หาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของ

คะแนน จากการตอบแบบสอบถามโดยแทน
ความหมายของคะแนนเฉลี่ยทรัพยากรการท่องเที่ยว
และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

6.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

(1) สมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบโดยใช้
สถิติ Chi Square (χ^2) กำหนดค่านัยสำคัญ
(significance) ที่ระดับค่า Sig. > .05 หรือระดับค่า
ความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

(2) สมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบโดยใช้
สถิติวิเคราะห์ ค่า t-test (Independent t-test)
และ F-test (Independent sample F-test)

(3) สมมติฐานข้อที่ 3 ทดสอบโดยใช้
สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson
Product Moment Correlation Coefficient) ใน
การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็น
อิสระต่อกัน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย
ส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

1.1 เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับ
การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี
ความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01

1.2 ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01 ส่วนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ
ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
ปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
ขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพ และศาสนา ไม่มี
ความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ที่นัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

1.3 อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับ
การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี

ความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01 ส่วน เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับ
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
ปทุมธานี ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.4 อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับ
การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี
ความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว
ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.01 ส่วน อาชีพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการ
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.5 เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับ
การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี
ความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด
ปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.6 ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ
และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการได้รับ
ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน อายุ มี
ความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ เพศ และสถานภาพ ไม่มี
ความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ที่นัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

2. ผลการศึกษาศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว
และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัด
ปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคม
อาเซียน ในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน ไม่
แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัด
ปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคม

4.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน

4.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน

4.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ในทิศทางเดียวกัน

4.6 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรไมตรี จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน

อภิปรายผล

เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับแนวคิดของ นิคม จารุมณี (2544, หน้า 258-263) กล่าวไว้ว่า ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพ ถิ่นพำนักหรือภูมิลำเนา และจุดประสงค์การมาของนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกับผลงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทรัพยากรการท่องเที่ยว จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อยู่ในระดับสูง ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการวิจัยของ Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman and Scott (2008, pp. 63-74) ทำการศึกษาการจัดการองค์กรและการจัดการจุดมุ่งหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า ปัจจัยด้านสังคม มีผลต่อการกำหนดความต้องการของการท่องเที่ยวในอนาคต

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน

ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิชสุตา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ในทิศทางเดียวกัน ต่างกับผลงานวิจัยของ วิชสุตา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรไมตรี จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิชสุตา ร้อยพิลา (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ด้านความเป็นมิตรไมตรีจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวด้วยการให้นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีได้อย่างสะดวกมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ปลุกจิตสำนึกให้แก่ประชาชนในการสืบทอดความรู้ด้านประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน พัฒนาสินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาสินค้าที่ระลึกควรอยู่บนฐานอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนในการผลิตสินค้า บริการ ด้วยการสร้างความโดดเด่นให้แก่

สินค้าและมีความหลากหลายแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

1.2 ควรพัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงระบบรักษาความสะอาด พัฒนาระบบป้ายบอกทางและระบบการสื่อความหมาย เช่น สัญลักษณ์ พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงเมืองกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

1.3 ควรมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของชุมชน จัดทำคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งพัฒนาสินค้าพื้นถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว เช่น จัดตลาดนัดสีเขียวหรือตลาดเกษตรกรแบบสัญจรในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและชุมชนเมือง โดยการเพิ่มกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ภายในงานเพื่อกระตุ้นการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

1.4 ควรให้ความรู้แก่ชุมชนและประชาชนที่เป็นเจ้าบ้านในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชน ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อร่วมกันบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีระบบการติดตามและประเมินผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยว

1.5 ควรมีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน ตลอดจนพัฒนาความสามารถด้านภาษาต่างประเทศให้แก่บุคลากรภาครัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น บุคลากรภาคเอกชน เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการ เป็นต้น ภาคประชาสังคม เช่น ชุมชน ตลอดจนภาคประชาชน นอกจากนี้ควรให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว ควรพัฒนาฐานข้อมูลและเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี รวมทั้ง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.6 ควรส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ในระยะทางสั้นๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี โดยการกระตุ้นการช้อปปิ้งเพื่อการออกกำลังกายและการพักผ่อนแก่ประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้รักสุขภาพ

1.7 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยานกับเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยยานพาหนะท้องถิ่นอื่นๆ ให้ความหลากหลายและเป็นรูปธรรม เช่น กิจกรรมขี่จักรยาน กิน ซ็อบ ผักผลไม้ไร้สารพิษ เป็นต้น

1.8 สร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่นๆ ที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อร่วมกันออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและจุดเด่นของวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัด รวมทั้งออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ในแต่ละเทศกาล เช่น เทศกาลอาหารและขนมไทยชาวยัง ฯลฯ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการจัดทำแบบสอบถามเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความคิดเห็น มุมมอง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีการเป็นสากลมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแรงจูงใจและแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนศึกษาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับกระแสค่านิยมของการช้อปปิ้งเพื่อการออกกำลังกายและการพักผ่อน

เอกสารอ้างอิง

- กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กัลยา สมมาตย์. (2541). *สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รวมทั้งเปรียบเทียบปัญหา และโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรวัฒน์ บุตตะโยสี. (2551). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิคม จารุมณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- ประภัทร สุทธาเวศ. (2550). *วิวัฒนาการและพัฒนาการการท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด. (2553). *ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ราณี อีสัยกุล. (2545). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- วรรณ ศิลปอาษา. (2545). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาสนา อ่องเอี่ยม. (2546). *เอกสารประกอบการสอน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิษุตา ร้อยพิลา. (2558). *องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิสาชา อุเทนพะนันธุ์. (2546). *การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: แสงดาว นำฟ้า
- ศุภลักษณ์ อังครางกูร. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). *โรงแรม ทัวร์ บูมรับกระแสท่องเที่ยวโต*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HotelTourGrowthTourismTrend.pdf>
- สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2559). *ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2560, จาก <http://www2.pathumthani.go.th/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7 ม.ค.-มี.ค. 2560*. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2554). *โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2541). *วิสัยทัศน์การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ*. ใน *รายงานการฝึกอบรมหลักสูตรการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำหรับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- Al-Albabneh, M. (2013). "Service quality and its impact on tourist satisfaction". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 164-177.
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience*. Available: http://www.esade.edu/credit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- Davidson, Rob. (1995). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrans Reinhold.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2008). Destination and Enterprise Management for a Tourism Future. *Tourism Management*, 30(2009): 63-74.
- Goeldner, C. R., & Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies*. New Jersey: John Wiley and sons.
- Gilmore, J., & Pine, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Holloway, J. C. (1983). *The Business of Tourism*. London: Pitman.
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburg, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travellers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 78-90). New Mexico. USA.



- Richards, G., & Raymond, C. (2000). "Creative Tourism". *ALTAS News*, 23: 16-20.
- Richards, R., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27: 1408-1413
- Stevens, Laurence. (1990). *Guide to Starting and Operating A Successful Travel Agency* (3rd ed.). New York: Prentice-Hall.
- UNESCO. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism discussion report of the planning meeting for 2008*. International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA. October 25-27, 2006.
- Wurzburger, R. (2010). *Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities*. New Mexico: Sunstone Press.