

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Promoting creative tourism in the tourist area of Koh Kret Nonthaburi Province

สรรเพชญ์ มีกุล¹ เสรี วงษ์มณฑา² ผกามาศ ชัยรัตน์³

Sanpet Mikusol, Seri Wongmontha, Pakamas Chairatana

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยนี้ ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติเชิงอนุมานพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ อันเป็นองค์ประกอบ สำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว โดยใช้รถโดยสารประจำทาง มีผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 1-3 คน ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 501-1,000 บาท รู้จักเกาะเกร็ดจากการบอกต่อ มีการร่วมกิจกรรมปั่นเครื่องปั้นดินเผา/การเพ้นท์ผ้าบาติก มากกว่าครึ่งจะกลับมาท่องเที่ยว และจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว

คำสำคัญ (Keywords): การส่งเสริม; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; เกาะเกร็ด

Received: 2023-02-10 Revised: 2023-04-03 Accepted: 2023-04-07

¹ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, College of Management University of Phayao.

Corresponding Author e-mail: msanpet@gmail.com

² วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, College of Management University of Phayao

³ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

This research study has the objectives to study the marketing mix of creative tourists traveling in the tourist area of Koh Kret. Nonthaburi Province. This research is a Quantitative research. Primary data were collected from online questionnaire responses of 400 samples and analyzed the data with a software program using descriptive statistics (Descriptive statistics) using mean (Mean) and standard deviation (Standard Deviation) to achieve the objectives of this research study. The study was divided into 2 sections consisting of general personal information and tourism marketing mix. The results of data analysis using a packaged program using inferential statistics found that There was a correlation between the demographic characteristics of the creative tourists who traveled and the behavior of the creative tourists with gender, age, status, education level, occupation, income, which are components It is important to the behavior of creative tourists traveling in the tourist area of Koh Kret Nonthaburi Province. By the behavior of Thai tourists traveling in the Koh Kret area Pak Kret District Nonthaburi Province travel for leisure/tourism by using a bus. There are 1-3 people traveling together. Most of them travel on Saturday-Sunday. Most of them have traveled twice. Cost of Travelling between 501- 1,000 baht. Participating in pottery/batik painting activities. More than half will return to travel and will recommend others to come and travel.

Keywords: Promoting; Creative Tourism; Koh Kret

บทนำ (Introduction)

การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ได้เน้นในด้านการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ภายใต้หลักแนวคิดสร้างสรรค์

กระแสของการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสของการพัฒนาของโลก โดยมีแนวคิดที่ว่า “นักท่องเที่ยว” ในยุคใหม่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ของการเสพความสุขจากการบริการ หรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อศึกษา หาความรู้ การเรียนรู้และการเข้าใจถึงความแตกต่างกันของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีผลทำให้รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป หรือการเลือกปฏิบัติกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทาง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวตามมา โดยเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในทางเลือกใหม่

คือ นอกจากนักท่องเที่ยว จะได้รับความเพลิดเพลินหรือความสุขทางจิตใจแล้วนั้น ยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกันในสังคม ของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

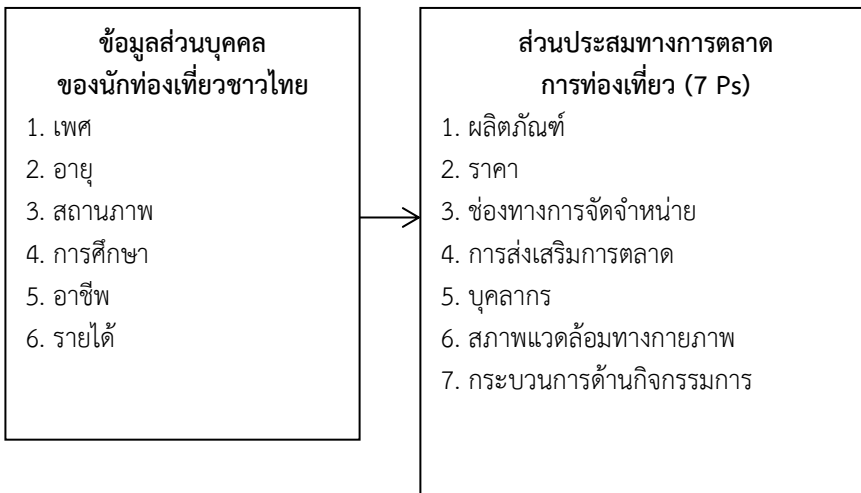
การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและนั้น จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวไม่ได้มาเพื่อการพักผ่อน เพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์จากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ โดยแหล่งท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาตนเองที่ได้ร่วมทำกิจกรรม ได้เรียนรู้ ทดลองทำกับคนในท้องถิ่นที่สำคัญเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเป็นความสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนที่ท้องถิ่นด้วย

เกาะเกร็ด เป็นตำบลหนึ่งในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีพื้นที่เป็นเกาะ เป็นถิ่นฐานของพหุวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย ประชากรเชื้อชาติไทย – ไทยจีนเชื้อสายมอญ และอิสลาม ทำให้เกาะเกร็ดมีความโดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีรูปแบบของวัฒนธรรมมอญของชุมชนชาวไทยเชื้อสายมอญเป็นส่วนใหญ่ และด้วยพื้นที่ที่เป็นเกาะ จึงมีความน่าสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดจึงทำการการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมให้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เป็นที่รู้จัก ให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์ในการวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed-ended question) และแบบปลายเปิด (Open-ended question)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้อธิบายข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการแจกแจง ความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็นรายด้าน

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.60	มาก
2. ด้านราคา	3.97	0.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย	3.99	0.67	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02	0.68	มาก
5. ด้านบุคคล	4.00	0.71	มาก
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.93	0.60	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.89	0.68	มาก
รวม	3.99	0.55	มาก

จากตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่บ้านมีเอกลักษณ์ รสชาติอร่อย น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.72) ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.15 (S.D. = 0.66 และ 0.72) สินค้าของฝากที่ระลึกมีเอกลักษณ์หลากหลาย และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D.

= 0.74) และสถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ช่องทางการชำระเงินมีความหลากหลาย เช่น เงินสด การจ่ายผ่าน Application QR Code ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.73) ราคาสินค้าของฝากที่ระลึกมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.63) มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.67) ภาพรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวถือว่ามีความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.75) และค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.75) มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.78) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.75) มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.79) และมีช่องทางการติดต่อการขายกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง ได้แก่ ทางไปรษณีย์ Delivery ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.74) สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.75) มีการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาผ่านสื่อ Social Media เช่น Facebook/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.73) การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และน่าสนใจ เช่น Website หรือช่องทาง Social Media Facebook Instagram Twitter ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.78) และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.81)

ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ คนในชุมชนให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.77) คนในชุมชนมีเพียงพอในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.78) คนในชุมชนมีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน และคนในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการอธิบายให้

ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.77 และ 0.81) และคนในชุมชนท้องถิ่นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้ายข้อมูลด้านความรู้ต่างๆ มีข้อความที่ชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.67) ทศนิยมภาพและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.64) สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม เช่น มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.70) มีการเตรียมพร้อมของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.72) และมีลานจอดรถ/ห้องสุขา/ที่นั่งพักที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.74) คนในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการให้บริการแต่ละด้าน มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.78) มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม อย่างเป็นระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.78) เจ้าหน้าที่เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.73) และมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จึงกล่าวได้ว่าสมมุติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเป็นจริง

เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ กลุ่มชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมทางด้านอาหาร รวมถึงวิถีชีวิตที่เอกลักษณ์ของชาวเกาะเกร็ด จึงกล่าวได้ว่า เกาะเกร็ดเป็นพื้นที่ที่ควรได้รับการสนับสนุนในเรื่องเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมถึงประชาชนในพื้นที่ ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาหาแนวทางที่ชัดเจน และมี

ประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน ในการสร้างพื้นที่เกาะเกร็ดให้เป็นที่รู้จัก และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ที่ไม่ไกลจากเมืองหลวง สอดคล้องกับ ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอลายโบราณและเครื่องเงิน นอกจากนี้ ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาสนับสนุนในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการพัฒนา สร้างมีคฤเทศก์ท้องถิ่น สร้างความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถได้รับประสบการณ์ตรงจากภูมิปัญญา ของคนในพื้นที่ สามารถสัมผัสได้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถเป็นแนวทางให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในวิธีที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุปรียา สืบสุนทร และนิสากร คุณวงศ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน เป็นการนำเสนอแนวคิดเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการท่องเที่ยวที่หลายประเทศทั่วโลกให้การยอมรับและกำหนดให้เป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอันเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวที่เน้นให้แหล่งท่องเที่ยวหรือเจ้าของวัฒนธรรม เกิดการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วมอันจะทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวหรือเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ซึ่งจะช่วยนำพาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ความยั่งยืนได้ในที่สุด

ส่วนผสมทางการตลาดนั้น สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการยกระดับมูลค่าสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถได้ทำสามารถสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนสำหรับผู้มาเยือน โดยจะทำให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนและองค์กรในพื้นที่ ในการสร้างแนวทางการพัฒนาในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับ Nonthawan Songserm and Adarsh Batra (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Community Participatory Approaches for Creative Tourism Development: Selected Cases in Thailand จากการศึกษาพบว่า ยังไม่มีบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกล่าวถึงอย่างชัดเจนว่า มีเครื่องมือหรือองค์ประกอบใดสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบ

ดังกล่าวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” การสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเน้นการค้นหาคำคมเข้มแข็งและความสำเร็จที่มีอยู่พื้นที่ในมิติต่าง ๆ มาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้เกิดกับชุมชน แทนการมองไปที่ปัญหา อันเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วม ที่สมาชิกในชุมชนมีอำนาจในการควบคุมตลอดกระบวนการ และการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชน ผลการศึกษาในพื้นที่ศึกษาพบว่า การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีการปฏิรูปแนวทางการจัดการเพื่อให้เกิดการกระบวนการกลุ่ม ทั้งการสร้างกลุ่มการพัฒนาศักยภาพ และการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนที่เป็นรูปธรรมในเชิงการเรียนรู้ทำให้นักท่องเที่ยวได้มาซึ่งประสบการณ์ ในขณะที่สมาชิกในชุมชนสามารถรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับอันนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

สำหรับการวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ได้ขอค้นพบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงความสัมพันธ์ในประเด็นต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูล 3 ลำดับแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แต่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ยังมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นประเด็นที่เสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อเป็นข้อมูล หรือแนวทางเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป คือ

1. ดูแลการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ที่กำหนดให้มีความหลากหลาย ถูกสุขลักษณะ และเป็นระเบียบแก่นักท่องเที่ยวโดยการจัดเป็นโซนที่ชัดเจน มีการทำแผนที่สำหรับจุดที่มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ชัดเจน โดยอาจใช้สัญลักษณ์เป็นการกำหนดจุดบริการตามจุดต่างๆในพื้นที่เกาะเกร็ด
2. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะกรณีการเกิดน้ำท่วมในฤดูที่น้ำทะเลหนุน ทำให้พื้นที่โดยรอบ และพื้นที่ลุ่มเกิดน้ำขังเป็นเวลานาน อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวได้
3. เสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการดูแลเครื่องหมายและป้ายสัญลักษณ์บอกทางให้ชัดเจน และอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ โดยควรมีการกำกับให้

หน่วยงานที่รับผิดชอบมีแผนบำรุงรักษาเครื่องหมายและป้ายสัญลักษณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน

4. ส่งเสริม และพัฒนากระบวนการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และกระบวนการ ชำระเงินที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ รวมถึงการชำระในรูปแบบที่หลากหลายที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และหรือลูกค้าที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด ในยุค Caseless Society

5. ควรเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวของเกาะเกร็ดทางสื่อออนไลน์ให้มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องต่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวนิยมหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อออนไลน์ โดยมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

2. ควรศึกษาศักยภาพ การมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวชุมชน ผู้สนับสนุน กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในพื้นที่เกาะเกร็ด ซึ่งหมายถึง ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่ม ผู้บริหารกลุ่ม องค์กรภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน อย่างจริงจัง เพื่อให้มีการพัฒนาตามแผนอย่างเป็นรูปธรรม

3. ควรศึกษาแนวทางการบูรณาการกิจกรรมการท่องเที่ยว และ/หรือเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ให้ชัดเจน โดยเพิ่มจุดเช็คอินพ้อยท์ หรือจุดเซลฟี ลงไปในเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด

4. ควรศึกษาแนวทางการยกระดับสินค้าและบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ/หรือ การท่องเที่ยวมูลค่าสูง เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ของผู้ประกอบการในชุมชน เมื่อสามารถสร้างรายได้ที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการในชุมชนจะตระหนักในการรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว รวมถึงการเอาใจใส่กับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

5. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมและสิ่งกระตุ้นทางการตลาด รวมถึงผลกระทบในด้านต่างๆ ของการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่จะทำให้กระแสของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อการวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

เอกสารอ้างอิง (References)

- กันตภณ แก้วสง่า. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 14.
- ชิดชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวนานาชาติ*, 15(2), 1-20.
- ธินิกันต์ สังข์สุวรรณ. (2561). กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด. *Dusit Thani College Journal*, 12(Special Issue), 356-367.

- พยอม ธรรมบุตร. (2562). แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 13(3), 65-75.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(1), 298-314.
- สุปรียา สืบสุนทร, และนิสากร คุณวงศ์. (2560). การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน. *Journal of Humanities and Social Sciences Review (JHSSR)*, 20 (2), 269-287.
- Napawan N. (2564). Creative Tourism Management in the Ceramic Village, Tambon Tha Pha, Ko Kha District, Lampang Province. *Journal of Business Administration*, 10(2), 112-131.