การสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัยและเพชรบูรณ์

Communicating the Value and Value of Cultural Heritage Destinations in Secondary Cities to Creative Tourism: A Case Study of the Ancient Cities of Kamphaeng Phet, Sukhothai and Phetchabun

ยุชิตา กันหามิ่ง[1*], รัชนีวรรณ บุญอนนท์[1], พัตราภรณ์ อารีเอื้อ[2]

Yuchita Kunharming[1*], Ratchaneewan Boonanont[1], Phattraphon Ariuea[2]

Received: May 4, 2025 Revised: June 12, 2025 Accepted: June 20, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูงวิถีใหม่ของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัยและเพชรบูรณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัย เพชรบูรณ์ จำนวน 1,200 คน วิเคราะห์ข้อมูลในรูปค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการศึกษา พบว่า ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย

คำสำคัญ: การสื่อสาร, การสร้างคุณค่าและมูลค่า, มรดกทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เมืองโบราณ

Abstract

This research study aims to investigate the communication of values and worth of secondary city cultural heritage tourism destinations toward high-value creative tourism as a new approach for the ancient cities of Kamphaeng Phet, Sukhothai, and Phetchabun. Data was collected using questionnaires from 1,200 Thai tourists who traveled to visit cultural heritage tourism sites in the ancient cities of Kamphaeng Phet, Sukhothai, and Phetchabun. Data analysis was conducted using frequency, percentage, mean, and standard deviation values.

Keywords: Communication, Value Creation, Cultural Heritage, Creative Tourism, Ancient Cities

[1] สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

[2] สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

* Corresponding Author: loogtaw@hotmail.com

บทนำ

เขตภาคเหนือที่มีเมืองโบราณหรืออุทยานประวัติศาสตร์มีอยู่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยจังหวัดกำแพงเพชรเป็นที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีพื้นที่ประมาณ 3.4 ตารางกิโลเมตร จังหวัดสุโขทัย เป็นที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีพื้นที่ 70 ตารางกิโลเมตร และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย มีพื้นที่ 45.14 ตารางกิโลเมตร (กรมศิลปากร, 2567) ซึ่งอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร สุโขทัย และศรีสัชนาลัย เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลกตั้งแต่ปี 2534 ในกลุ่มเดียวกันภายใต้ชื่อ"เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร" จากองค์กรยูเนสโก ส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณศรีเทพ หรืออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีพื้นที่ประมาณ 4.7 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,889 ไร่ เป็นเมืองโบราณที่เป็นจุดเชื่อมโยงเครือข่ายของการแลกเปลี่ยนสินค้า เส้นทางการค้าและวัฒนธรรมวัฒนธรรมสมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีพัฒนามาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมทวารวดี และวัฒนธรรมเขมรโบราณ ซึ่งก่อตัวขึ้นจากชุมชนหมู่บ้านเกษตรกรรมในยุคก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลายบริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสักเมื่อ 2,500-1,500 ปีมาแล้ว (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, 2564) จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า เมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัยและเพชรบูรณ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวของทั้ง 4 อุทยานประวัติศาสตร์ไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอที่จะทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว และจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (covid-19) ตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบัน พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวน้อยลงและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป อาทิเช่น การเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ การเดินทางท่องเที่ยวใกล้ๆ สั้น ขับรถไป การเที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน (พชรพจน์ นันทรามาศและคณะ, 2563) และสาเหตุส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าและมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์น้อย และยังไม่ตอบโจทย์กับการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวมักจะหาข้อมูลก่อนล่วงหน้า เลือกดูข้อมูลที่มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย สั้น กระชับ ได้ใจความ ซึ่งเหมาะกับยุคที่สื่อเทคโนโลยีค่อนข้างล้ำสมัย อีกทั้งการนำเสนอในยุคปัจจุบันสื่อดิจิทัลมีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากว่าสามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร บอกเล่าเรื่องราว ความเป็นมา อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบมากขึ้น ดังนั้นจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาการสื่อสารการสร้างคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูงวิถีใหม่ของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัย เพชรบูรณ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถที่จะใช้เป็นแรงจูงใจกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้ สนใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาสื่อที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การสร้างแนวคิดทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามพื้นที่ในการนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว พัฒนาบ้านเกิดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูงวิถีใหม่ของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัยและเพชรบูรณ์ ให้กับนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัย และเพชรบูรณ์ โดยใช้สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2562 เป็นฐานในการคำนวณ จังหวัดกำแพงเพชรมีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 467,279 คน จังหวัดสุโขทัยมีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 937,905 คน และจังหวัดเพชรบูรณ์ มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2,205,625 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2564) ขนาดกลุ่มตัวอย่างหาได้โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (อัศวิน แสงพิกุล, 2556) ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 399.65 หรือ 400 คน จังหวัดสุโขทัย กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399.83 หรือ 400 คน จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399.92 หรือ 400 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check-list) จำนวน 5 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัย และเพชรบูรณ์เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scales) ชนิด 5 ตัวเลือก มีค่าการจัดอันดับตามเกณฑ์ของ ประคอง กรรณสูตร (2542) ดังนี้

1 แปลความหมายว่า ระดับน้อยที่สุด
2 แปลความหมายว่า ระดับน้อย
3 แปลความหมายว่า ระดับปานกลาง
4 แปลความหมายว่า ระดับมาก
5 แปลความหมายว่า ระดับมากที่สุด

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร การรับสาร เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์
3. ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ด้านการท่องเที่ยว ด้านการสื่อสารจำนวน 5 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง (validity) และความเป็นปรนัย (objective)
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
5. นำแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยมีการกำหนดคะแนนการประเมิน ดังนี้ +1 หมายถึง เห็นว่าสอดคล้อง, 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ และ -1 หมายถึง เห็นว่าไม่สอดคล้องและคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ≥ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีลักษณะพื้นที่ใกล้เคียงกับเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัย และเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยวิธีครอนบัค (cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

1. คณะนักวิจัยเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว จนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 1,200 คน โดยเก็บข้อมูลในเมืองโบราณจำนวน 3 แห่ง แห่งละ 400 คน

2. คณะนักวิจัยตรวจสอบข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ผลของข้อมูลและนำไปเขียนรายงานการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในรูปของค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviations) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย ซึ่งประยุกต์ตามเกณฑ์ของ ประคอง กรรณสูตร (2542) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิจัย

แยกเป็นรายจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า

จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.0 และอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.0 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิด เป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเป็นนักศึกษา/นักเรียน คิดเป็นร้อยละ 14.8 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 20.0 และต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.5

ส่วนผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณกำแพงเพชร

ข้อที่	รายการ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับ
1.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ	4.37	0.63	มาก
2.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นด้าน	4.43	0.58	มาก
3.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้	4.45	0.56	มาก

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อที่	รายการ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับ
4.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนที่หาได้ยากของยุคสมัยและพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย	4.43	0.57	มาก
5.	โบราณสถาน/โบราณวัตถุในแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์และสวยงาม	4.40	0.61	มาก
6.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาเที่ยว	4.40	0.61	มาก
7.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย	2.84	0.79	ปานกลาง
8.	เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี	4.44	0.58	มาก
9.	เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประติมากรรม ศิลปกรรมและหัตถกรรมได้เป็นอย่างดี	4.41	0.62	มาก
	รวม	**4.24**	**0.61**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.24 , S.D = 0.61) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ ($\bar{x}$ = 4.45 , S.D = 0.56) รองลงมา คือ เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี ($\bar{x}$ = 4.44 , S.D = 0.58) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย ($\bar{x}$ = 2.84 , S.D = 0.79)

จังหวัดสุโขทัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.5 และอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.3 และอนุปริญญาตรี/ปวส. คิด เป็นร้อยละ 16.2 ตามลำดับ มีอาชีพเป็นนักศึกษา/นักเรียน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.8 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.5

ส่วนผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณสุโขทัย พบดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณสุโขทัย

ข้อที่	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ	4.01	0.73	มาก
2.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นด้าน	3.87	0.68	มาก
3.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้	3.94	0.71	มาก
4.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนที่หาได้ยากของยุคสมัยและพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย	3.88	0.71	มาก
5.	โบราณสถาน/โบราณวัตถุในแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์และสวยงาม	3.89	0.72	มาก
6.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาเที่ยว	3.92	0.74	มาก
7.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย	3.77	0.71	มาก
8.	เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี	3.89	0.73	มาก
9.	เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประติมากรรม ศิลปกรรมและหัตถกรรมได้เป็นอย่างดี	3.87	0.72	มาก
	รวม	**3.89**	**0.71**	**มาก**

จากตาราง 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณสุโขทัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.89 , S.D = 0.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ ($\bar{x}$ = 4.01 , S.D = 0.73) รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ ($\bar{x}$ = 3.94 , S.D = 0.71) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย ($\bar{x}$ = 3.77 , S.D = 0.71)

จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.7 และอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 20.2 ตามลำดับ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.7 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0

ส่วนผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณเพชรบูรณ์ พบดังตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณเพชรบูรณ์

ข้อที่	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ	4.72	0.45	มากที่สุด
2.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นด้าน	4.53	0.51	มากที่สุด
3.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้	4.61	0.55	มากที่สุด
4.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนที่หาได้ยากของยุคสมัยและพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย	4.42	0.55	มาก
5.	โบราณสถาน/โบราณวัตถุในแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์และสวยงาม	4.46	0.56	มาก
6.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาเที่ยว	4.51	0.53	มากที่สุด
7.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย	2.04	0.31	น้อย
8.	เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี	4.57	0.53	มากที่สุด
9.	เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประติมากรรม ศิลปกรรมและหัตถกรรมได้เป็นอย่างดี	4.58	0.53	มากที่สุด
	รวม	**4.27**	**0.50**	**มาก**

จากตาราง 3 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.27 , S.D = 0.50) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ ($\bar{x}$ = 4.72 , S.D = 0.45) รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ ($\bar{x}$ = 4.61 , S.D = 0.55) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย ($\bar{x}$ = 2.04 , S.D = 0.31)

อภิปรายผล

จากการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูงวิถีใหม่ของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุโขทัยและเพชรบูรณ์ให้กับนักท่องเที่ยว พบว่า 1) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณ

กำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ รองลงมา คือ เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย 2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณสุโขทัย อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย 3) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับระดับประเทศ รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางโบราณคดีได้ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงโดยมีการจัดงานเป็นประจำทุกปีและชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษฎา สุริยวงค์และคณะ (2564) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัดเพชรบุรี โดยพบว่า 1) ศักยภาพของชุมชนที่สามารถพัฒนาไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ (1) องค์ประกอบหลักของศักยภาพชุมชน พบว่ามี 4 ด้าน ได้แก่ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ (2) การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนโดยอาศัย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม มีเส้นทางเข้าถึงชุมชนสะดวก มีศิลปวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นเป็นเอกลักษณ์ ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว (3) การสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน พบว่า มีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีคนใน ชุมชนมามีส่วนร่วมจัดทำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของชุมชนและมีการจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรมชุมชนเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) การสื่อสารและการใช้สื่อของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ (1) องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อและผู้รับสาร (2) รูปแบบของการสื่อสารที่ปรากฏขึ้น ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (3) การใช้สื่อของชุมชนมีการใช้สื่อที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อประเพณี สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนและสื่ออินเตอร์เน็ต 3) กรอบแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน ทั้ง 4 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการและด้านการเรียนรู้ จะถูกขับเคลื่อนโดยอาศัยองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สารสื่อและผู้รับสาร เพื่อให้ ได้มาซึ่งศักยภาพของชุมชนที่มี 3 หน่วยงานหลักเป็นกลไกในการขับเคลื่อน ได้แก่ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและ หน่วยงานภาคเอกชนภายใต้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งถือเป็นหัวใจของการขับเคลื่อน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. นำข้อมูลที่ได้มาช่วยส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลรูปแบบต่างๆในการสร้างคุณค่าและมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2564). *อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร*. สืบค้น 30 กันยายน 2567, จาก https://www.finearts.go.th/main/view/8215

กรมศิลปากร. (2564). *อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย*. สืบค้น 30 กันยายน 2567, จาก http://virtualhistoricalpark.finearts.go.th/sukhothai/index.php/th/

กรมศิลปากร. (2564). *อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ*. สืบค้น 30 กันยายน 2567, จาก http://virtualhistoricalpark.finearts.go.th/sithep/index.php/th/about-us.html

กระทรวงวัฒนธรรม. (2564). *ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย*. สืบค้น 1 ตุลาคม 2564, จาก http://www.cpot.in.th/hw/68

กรมการท่องเที่ยว. (2564). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้น 30 กันยายน 2566, จาก https://www.mots.go.th/news/category/741

กฤษฎา สุริยวงค์,สุวันชัย หวนนากลาง และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2564). การสื่อสารเพื่อการพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ (มสป.)*, 23(1), 43-57.

ชุติมา จันทรมณี. (2564). *การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ*. ศูนย์ประสานงานชุดนักวิชาการจังหวัดอุบลราชธานี.

ธนะรัตน์ ทับทิมไทย. (2563). *สาระรอบรั้วศูนย์สุพรรณบุรี*. สืบค้น 12 มกราคม 2563, จาก http://suphanburicampus.dusit.ac.th/report/230757.pdf

ประคอง กรรณสูตร. (2542). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ. (2564). *อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ*. สืบค้น 4 ตุลาคม 2564, จาก http://www.virtualmuseum.finearts.go.th/index.php/th/

พชรพจน์ นันทรามาศและคณะ. (2563). *เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน new normal เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน*. สืบค้น 1 ตุลาคม 2566, จากhttps://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_450เจาะพฤติกรรมท่องเที่ยวใน_New_Normal_เมื่อโควิดทำชีวิตเปลี่ยน_31_08_63.pdf

ไพฑูรย์ มะญู. (2567). สื่อดิจิทัล. สืบค้น 19 มิถุนายน 2567. จาก http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal

ศรัญยา วรากุลวิทย์. (2551). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สามลดา.

อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Kenneth S. leonard. (2564). *3 กิจกรรมน่าทำที่นักท่องเที่ยวไทยมองข้าม*. สืบค้น 4 ตุลาคม 2564, จาก https://eastravelnow.com