

# การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## Establishing of Creative Tourism Route in Chaiya District, Suratthani Province

Received: November 7, 2018; Revised: December 18, 2018; Accepted: December 21, 2018

วาริตรา สมเกียรติกุล<sup>1</sup>, กมล เรืองเดช<sup>2</sup> และ บุญฤกษ์ บุญคง<sup>3</sup>

Waritsara Somkeatkun, Kamon Ruengdet, and Boonrirk Boonkong

### บทคัดย่อ

ในอดีตที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่ไม่มีกิจกรรมให้เรียนรู้ ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป คือ ต้องการที่จะเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่สำคัญจำนวนมากโดยเฉพาะในอำเภอไชยาที่มีความหลากหลายในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา และเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา สำหรับกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ปกครองท้องที่ หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 225 ราย และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า อำเภอ ไชยา มีเนื้อที่ประมาณ 1,004 ตารางกิโลเมตร พื้นที่โดยรวมเป็นที่ราบร้อยละ 85 เหมาะแก่การทำนา แต่เกษตรกรส่วนใหญ่หันมาปลูกปาล์มน้ำมันและยางพาราเนื่องจากผลตอบแทนที่ดีกว่า สำหรับโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในเกณฑ์ดี ปัจจุบันอำเภอไชยาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวด้วยสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าพื้นเมืองมากมาย เช่น พระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม ผ้าไหมพุมเรียง และไข่เค็มไชยาฯ จากการศึกษาผู้วิจัยได้จัดทำฐานข้อมูลสถานที่ต่าง ๆ และได้มีการจัดทำแผนที่โดยจำแนกเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางสายอาหาร เส้นทางสายธรรมชาติ เส้นทางสายพระพุทธศาสนา และ เส้นทางสายประเพณีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

<sup>1</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (Faculty of Management Suratthani Rajabhat University), e-mail: w\_somkeatkun@yahoo.co.th

<sup>2</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (Faculty of Management Suratthani Rajabhat University), e-mail: kamon.ruengdet@gmail.com

<sup>3</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (Faculty of Management Suratthani Rajabhat University), e-mail: boonrirk@hotmail.com

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, อำเภอไชยา, จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### Abstract

In the past, most of the tourists mainly focused on popular and attractive places without any activities for learning. Nowadays, the behavior of tourists is changing, the tourists want to learn and create new experiences from tourism. Suratthani province or the center of the Srivijaya Kingdom has many important historical sites, especially in Chaiya, which has a variety of tourist resources and many potential tourist attractions. The purpose of this study was to study the general condition and context of creative tourism in Chaiya, and to establish creative tourism routes in Chaiya. The target group is the people involved in Chaiya compose of local governors, government officers, representatives of private sector, entrepreneurs and the people in the community. Data was completed by using 225 semi-structured interviews and content analysis. The research found that Chaiya district was located in the north of Suratthani province with an area of about 1,004 square kilometers. The overall area is flat and 85 percent of the area was suitable for farming. Today, most farmers turn to palm oil and rubber for better returns. For infrastructure is good in transport, electricity, water and telephone. Currently, Chaiya district is well-known among tourists, especially tourist attractions and many native products such as Chaiya relics, Mokkaparam Garden, Phumriang-silk and salted eggs. Based on the study, the researcher has developed a database of locations and has mapped the routes of creative tourism into 4 routes as follows: Food routes, Natural routes, Buddhism routes and Traditional, Cultural and Historical routes.

**Keywords:** CREATIVE TOURISM, CREATIVE TOURISM ROUTE, CHAIYA DISTRICT, SURATTHANI PROVINCE

### ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอยู่ในอันดับ 1-3 ของประเทศ (World Economic Forum, 2014) เนื่องจากรายได้ของประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในอดีตการท่องเที่ยวเป็นลักษณะแบบดั้งเดิม (Classic Tourism) กล่าวคือ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบกระแสนิยมที่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โดยจะมุ่งเน้นการเติบโต

ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นจำนวนนักท่องเที่ยว (Mass Tourism) ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมถูกทำลายอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ สร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น ๆ ดังนั้นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงได้ถูกกำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยเป็นการพัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นที่ตั้งของเมืองเก่าศูนย์กลางอาณาจักรศรีวิชัย ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนมากโดยเฉพาะที่อำเภอไชยาที่มีทั้งโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมาก จากความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของเมืองไชยาและสภาพวิถีชีวิตของคนในชุมชนส่งผลให้อำเภอไชยามีความหลากหลายในทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ขณะเดียวกันยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดีนอกเหนือจากกิจกรรมและสถานที่ที่เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดีแล้ว เช่น การซื้อของที่ระลึก/ของฝาก เช่น ผ้าไหมพุมเรียง ไข่เค็มไชยา ไหว้พระธาตุไชยา เดินเที่ยวชมสวนโมกขพลาราม และรับประทานอาหาร ซึ่งมีได้มีการเรียนรู้ สัมผัส สร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยว จนเกิดเป็นความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวใหม่

ด้วยเหตุผลดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้เกิดการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในชุมชนอย่างเหมาะสม ตลอดจนจะก่อประโยชน์ให้เกิดการอนุรักษ์ การสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนและผู้ประกอบการ ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่นักท่องเที่ยวข้อมูลที่ได้จากการวิจัย จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการขับเคลื่อน ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนคนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ในท้องถิ่นของตนและเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และสภาพทั่วไปและบริบทอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

## 1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีรายละเอียดที่จะนำเสนอตามลำดับ ได้แก่ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards and Raymond (2000) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบการทำให้ผู้มาเยือนมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและเกิดประสบการณ์การเรียนรู้และมูลค่า

พันเอกนลินศักดิ์ ภัคดีแสงศิลป์ (2000) ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนและอัตลักษณ์ของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรงที่สร้างขึ้นร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมด้วยโอกาสที่จะใช้ชีวิตกับเจ้าของสถานที่เหล่านั้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนในสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นเพียงชุมชนที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

Binkhorst (2006) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมเช่นวิถีชีวิตและความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนดังนั้นในกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้ความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน

Richards (2010) ได้สรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

### 1.2 ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards (2010) กล่าวไว้ว่า ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการคือ

1.2.1 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหารเป็นต้น

1.2.2 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโกประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

1.2.3 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่าประสบการณ์ เช่น เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguiole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

1.2.4 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแสดงผลงานศิลปะอนุสาวรีย์ต่างๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบทสภากาแฟ เป็นต้น

1.2.5 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ เช่น การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้และการทำอาหารนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใดโดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ เป็นต้น

1.2.6 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมืองจึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหารวิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

### 1.3 คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2556) ได้กล่าวว่า คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีดังนี้

- 1.3.1 ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
- 1.3.2 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
- 1.3.3 มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว
- 1.3.4 มีประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม
- 1.3.5 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน และส่งต่อประสบการณ์
- 1.3.6 เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม
- 1.3.7 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมตัดสินใจ
- 1.3.8 ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง
- 1.3.9 จดจำ ประทับใจ และเข้าใจ
- 1.3.10 เป็นการท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

## 2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดที่จะนำเสนอตามลำดับ ได้แก่ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

### 2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงพฤติกรรมแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าบริการที่ คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1.1 ความเร็ว นักท่องเที่ยวต้องการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดในเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่ต้องตื่นแต่เช้าเพื่อเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่ห่างไกล

2.1.2 ความง่าย นักท่องเที่ยวต้องการความง่ายต่อการปฏิบัติในสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือทางหนึ่งทางใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น รายการอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงและบริโภคไม่ยุ่งยาก นักท่องเที่ยวไม่มีเวลารอคอย ผู้ผลิตจึงต้องตอบสนองภาวะความง่ายในการปฏิบัติดังกล่าว เช่น อาหารจานด่วน อาหารจานเดียว เป็นต้น

2.1.3 ความหลากหลาย นักท่องเที่ยวต้องการมีทางเลือกที่มีมากกว่าทางเดียวหรือแบบเดียว เช่น ตัวสินค้าและบริการ ในอดีตนักท่องเที่ยวจะทราบข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น ข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์ เป็นต้น

## 2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Analysis of the behavior of tourists) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มหรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยว คำถามที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวคือ 5Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What Why Who When Where และ How (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552; จิรภูมิหลอมประโดนและเอกภพ มณีนารณ, 2553; นงลักษณ์ สุทัศน์ทิบุรณ์, 2556 ; วศิณี นวฤทธิศวิน, 2556)

2.2.1 What แหล่งที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการผลิตภัณฑ์ (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น รูปแบบ ราคาสินค้า บริการ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์หรือลักษณะนวัตกรรม เป็นต้น และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) เช่น การบริการพนักงานและภาพลักษณ์ เป็นต้น

2.2.2 Why เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา

2.2.3 Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ท่องเที่ยว และผู้ไปท่องเที่ยว

2.2.4 When ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการท่องเที่ยว เช่น ช่วงเดือนใด หรือฤดูการใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

2.2.5 Where ท่องเที่ยวที่ไหน เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว หรือใช้บริการ เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.2.6 How ท่องเที่ยวอย่างไร เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว หรือ กระบวนการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยการรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจท่องเที่ยวและความรู้ภายหลังการท่องเที่ยว

## 3. รูปแบบการท่องเที่ยว

### 3.1 รูปแบบการท่องเที่ยว

ตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

**3.1.1 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

**3.1.2 การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)

**3.1.3 การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและการท่องเที่ยวแบบผสมผสานเมื่อพิจารณาจากการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวโลกพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ปรากฏอยู่ในการท่องเที่ยวทั้งสามประเภทดังกล่าว จากการศึกษาการพัฒนากรอบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดย เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2010) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) ทำได้เพียงมองดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านทางสายตาหรือการเยี่ยมชม และการซื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Active) ผ่านทางการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคลเพื่อการซึมซับเอกลักษณ์ (Identity) ของแต่ละท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยชีวิตชีวาและลดความน่าเบื่อหน่ายของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม

## **3.2 รูปลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

Greg Richard (2010) กล่าวว่า รูปแบบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 2 ลักษณะคือ

1. ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว
2. ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยวรูปแบบแรกจะเป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมี

ส่วนร่วม ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ แต่ปัจจุบันการนำเอาการสร้างสรรคมาเป็นฉากหลังของการท่องเที่ยวหรือการสร้างบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเสน่ห์เพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ของเมืองซานตาเฟ เมืองซึ่งได้รับการประกาศโดยยูเนสโกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านศิลปหัตถกรรม ซึ่งมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการปั้นหม้อดินเผา หลักสูตรการทำอาหารพื้นเมือง หรือการทำเครื่องรางพื้นเมืองที่พิพิธภัณฑศิลป์พื้นเมือง มีความหลากหลายของรูปแบบประสบการณ์ที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเข้าร่วมนับตั้งแต่การซื้อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในพื้นที่ไปจนถึงการเข้าชม-ชิม รวมทั้งการเรียนรู้ทักษะทางด้านในพื้นที่ท่องเที่ยว

### 3.3 รูปแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รูปแบบของประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น การทอผ้า การปั้นเครื่องสังคโลก สามารถใช้รูปแบบของกิจกรรมมาช่วยในการจัดการอบรม

การชิมอาหารท้องถิ่น ขนม หรือการทำเหล้าองุ่น เหล้าพื้นบ้าน ก็สามารถจัดให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ผ่านการเข้าร่วมการชิมไวน์ เหล้าพื้นบ้าน ขนม พร้อมกับให้ความรู้ควบคู่ไปกับการลงมือปฏิบัติการเยี่ยมชม แทนที่จะเป็นการเดินทางเข้าไปชมเฉพาะจุด ก็จัดให้เป็นการเยี่ยมชมตามเส้นทาง เช่น เส้นทางเที่ยวสวน เส้นทางชนบททางตอนใต้ของฝรั่งเศส หรือเส้นทางถนนพระร่วง การซื้อของ ก็สามารถปรับกิจกรรมดังกล่าวไปสู่รูปแบบประสบการณ์ของการเดินตามแกลเลอรี หรือการเยี่ยมชมตามห้างสรรพสินค้า

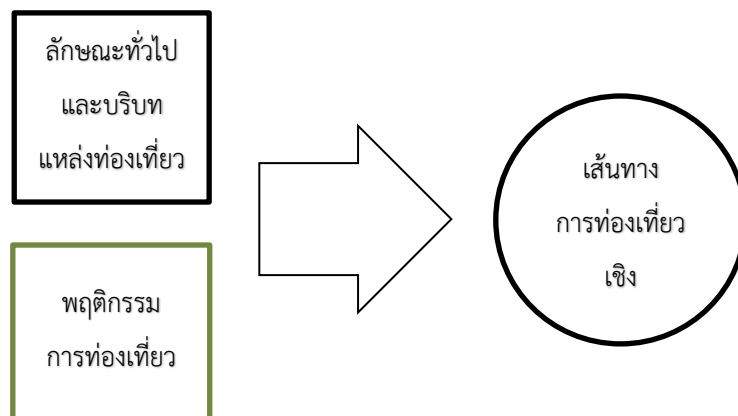
Crispin Raymond (2003) กล่าวถึงแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourist) ไม่ใช่เป็นบุคคลที่บริโภคการท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่เป็นนักท่องเที่ยวที่กระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของประเทศหรือชุมชนที่เข้าไปท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชม เช่น นักท่องเที่ยววัฒนธรรมจะสนใจการเยี่ยมชมห้องทำงานหรือโรงงานเซรามิค แต่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สนใจที่จะเรียนรู้และลงมือปั้นเซรามิคด้วยตนเอง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จึงเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของโลกปัจจุบันที่มีจุดหมายเพื่อการสนทนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยในเรื่องของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรม นอกเหนือที่จะเป็นการเสริมแรงให้มีการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้ว ยังเป็นการช่วยส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง

## 4. สภาพทั่วไปและบริบทของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สภาพทั่วไปของอำเภอไชยาอำเภอไชยาเป็นอำเภอหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 66 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 1,004 ตารางกิโลเมตร ในส่วนของชื่อเรียก “ไชยา” น่าจะมาจาก คำว่า “ไทรหยา” หรือ “ไซหยา” หมายถึง ต้นไทร (ช) ที่ใช้กินเป็นยา (หยา) ต้นไทรนี้อยู่ที่เข้า

แดน (เขาพะลา) ซึ่งกั้นเขตแดนระหว่างอำเภอไชยา กับอำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง เป็นแนวกำแพงหินตามธรรมชาติ และมีต้นไทรขนาดใหญ่อยู่ในแนวหินนั้น พื้นที่โดยรวมของอำเภอไชยา เป็นที่ราบถึงร้อยละ 85 ของพื้นที่อำเภอทั้งหมด จึงเหมาะแก่การทำนา แต่ในปัจจุบันเหลือพื้นที่ทำนาไม่ถึงร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งอำเภอ และเกษตรกรส่วนใหญ่หันมาปลูกปาล์มน้ำมันและยางพาราทดแทนเนื่องจากราคาและผลตอบแทนที่ดี สำหรับโครงสร้างพื้นฐานของอำเภอไชยาแบ่งออกเป็นภาคคมนาคม ไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์ การคมนาคมของอำเภอไชยามีทั้งทางน้ำและทางบก โดยในสมัยโบราณเมืองไชยาถือเป็นเมืองท่าสำคัญ ท่าเรือใหญ่อยู่ที่แหลมโพธิ์ ตำบลพุมเรียง เรือขนาดเล็กสามารถเข้าออกเมืองไชยาได้โดยอาศัยคลองไชยา และยังสามารถติดต่อคมนาคมได้จนถึงปากแม่น้ำเจ้าพระยา และหัวเมืองฝ่ายใต้ ลงไปถึงปลายแหลมมลายู การคมนาคมทางบกนั้น อำเภอไชยามีทางรถไฟสายใต้ตัดผ่านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2453 นอกจากนั้นยังมีทางรถยนต์ให้เดินทางติดต่อได้อย่างสะดวกอำเภอไชยามีจุดเด่นอยู่หลายอย่าง ดังคำขวัญของอำเภอไชยาที่ว่า “พระบรมธาตุคู่มือ รุ่งเรืองพุทธศาสน์พุทธทาสประชาญโลก สวนโมกขพลาราม ถือนามศรีวิชัย ผ้าไหมพุมเรียง ทะเลเคียงหาดทราย แหล่งซื้อขายไข่เค็ม” ปัจจุบันอำเภอไชยาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวด้วยสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และสินค้าพื้นเมืองมากมาย เช่น พระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม ผ้าไหมพุมเรียง และไข่เค็มไชยา เป็นต้น (เอกสารบรรยายสรุปอำเภอไชยา, 2553)

**กรอบแนวคิดการวิจัย**



**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. ศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ขอบเขตด้านประชากรศึกษาเฉพาะผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอำเภอไชยา ได้แก่ ผู้ปกครองท้องที่ หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาเฉพาะพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**1.1 ประชากร** ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งได้แก่ ผู้ปกครองท้องที่ (กำนัน และผู้ใหญ่บ้าน) หน่วยงานภาครัฐ (ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล/เทศบาลตำบล หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว) หน่วยงานภาคเอกชน (บริษัท ห้างร้าน ร้านค้าชุมชนฯ) ประชาชนในพื้นที่อำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี

### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

- 1.2.1 ผู้ปกครองท้องที่ ได้แก่ กำนัน สารวัตรกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านในชุมชน
- 1.2.2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล/เทศบาลตำบล และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ที่ว่าการอำเภอ สำนักงานสาธารณสุข และโรงเรียนในชุมชน
- 1.2.3 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ร้านค้าชุมชน เจ้าของกิจการในชุมชน และวิสาหกิจชุมชนในชุมชน
- 1.2.4 ประชาชนในพื้นที่ เช่น ผู้รู้ในชุมชน แกนนำชุมชน และผู้ที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในชุมชน

### 2) เครื่องมือวิจัย

**2.1 การทำ Focus group** สำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลสภาพโดยทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมทั้ง SWOT analysis สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง โดยทำ Focus group ตำบลละ 1 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งมีผู้ร่วม จำนวน 8 ราย ประกอบด้วยตัวแทนจาก ผู้ปกครองท้องที่ จำนวน 2 ราย หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 ราย หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 2 ราย และประชาชนในพื้นที่ จำนวน 2 ราย รวมทั้งสิ้น จำนวน 72 ราย (9 ตำบล)

**2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)** สำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บข้อมูลตำบลละ 8 ราย

ประกอบด้วยตัวแทนจากผู้ปกครองท้องถิ่น จำนวน 2 ราย หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 ราย หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 2 ราย และประชาชนในพื้นที่ จำนวน 2 ราย รวมทั้งสิ้น จำนวน 72 ราย (9 ตำบล)

**2.3 การสังเกต (Observation) และการบันทึกภาพถ่าย** สำหรับใช้อธิบายกิจกรรมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### **3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

หลังจากได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

**3.1 ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 1** เพื่อศึกษาสภาพโดยรวมและบริบทแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**3.2 ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 2** เพื่อทำ Focus group กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ผู้ปกครองท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พร้อมทำ SWOT analysis สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

**3.3 ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 3** เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมบนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### **4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การบรรยาย และการพรรณนา

## **สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย**

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยได้สรุปประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

### **1) บริบทแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี**

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นรวมถึงมีประวัติศาสตร์ เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชม เช่น สวนโมกขพลาราม วัดพระบรมธาตุไชยา แหลมโพธิ์ ในขณะที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเป็นที่น่าสนใจเป็นที่ยอมรับและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากแต่เนื่องจากขาดการส่งเสริมและการบริหารจัดการ อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาลดน้อยลง เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไชยา วัดพุมเรียง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเก่าแก่ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและน่าสนใจรวมทั้งพื้นที่โดยรอบยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวมากนัก เช่น ป่าพรุชุม วัดอุบล เกาะเสร็จ วัดพระประสบ และโบราณสถานวัดหลง ซึ่งสามารถจัดการและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ซึ่งสอดคล้องกับณรงค์ พลธีรภัทร์ (2556) ได้ทำการสำรวจจัดทำฐานข้อมูลจัดเส้นทางการท่องเที่ยวและจัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ทำให้ทราบว่า จังหวัดชลบุรี ยังมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่น่าสนใจหลายแห่งและสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หากมีรูปแบบการจัดการที่ดีและมีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับไบเพิร์น วงษ์บัวงามและมุขสุดา พูลสวัสดิ์ (2556) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า จุดแข็ง คือ การที่เกษตรกรมีความรู้ความชำนาญ มีประสบการณ์ในด้านการเกษตรทฤษฎีใหม่ ทำให้สวนเกษตรมีผลผลิตที่มีคุณภาพดีและเกษตรกรยังมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ให้ผู้อื่น จุดอ่อน คือ การขาดการบริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น แหล่งที่นั่งพักผ่อน ห้องน้ำในสวนเกษตร และบุคลากรที่คอยดูแลให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ศุภิศา พุ่มเดชและวารีรัตน์ มัชฌิมบุรุษ (2560) ได้ศึกษา แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรี พบว่า จังหวัดปราจีนบุรีมีความพร้อมและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ขาดการวางแผนการปฏิบัติงาน ขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวและขาดความร่วมมือจากชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ พงษ์นิรันดร, โอษฐ์ญา บัวธรรมและชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า สิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

## 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการจัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานีพื้นที่ศึกษาประกอบด้วยตำบล 9 ตำบลในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นอำเภอที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานและเชื่อกันว่าเป็นที่ตั้งของอาณาจักรศรีวิชัยในสมัยโบราณ โดยมีหลักฐานที่สำคัญทั้งโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมากอำเภอไชยาเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ตลอดจนความสะดวกและการมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ร่วมกับชาวบ้าน ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ กรกช ตราชูและคณะ (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายกับทุกช่วงวัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เน้นการจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น อีกทั้งสอดคล้องกับ ภัยเมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (2555) และจันทร์จิรา สุขบรรจง (2559) ที่ว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและสอดคล้องสุชานาถ สิงหาปัด (2560) คือ

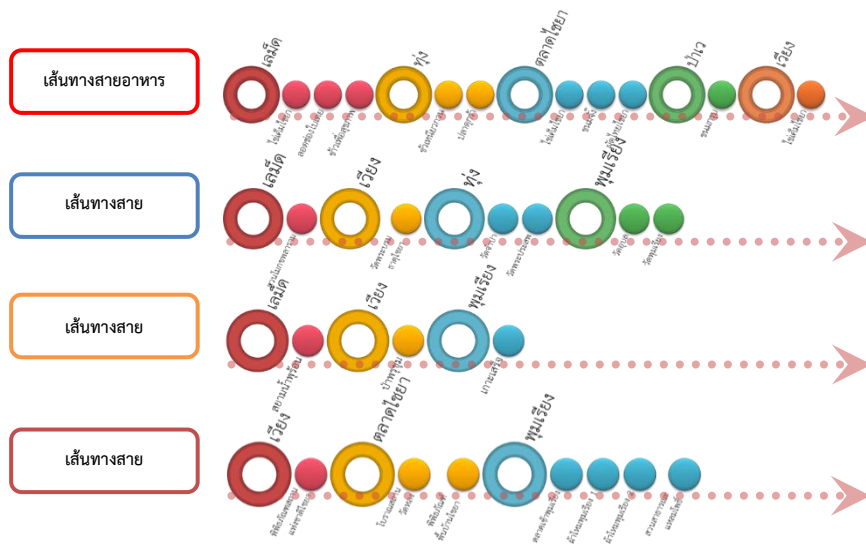
การนำกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (5Ps) มาใช้สร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ชุมชนและการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชนอย่างสร้างสรรค์

กอบกับประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามสำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือว่าเป็นเรื่องใหม่เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจนและเป็นที่ยึดถืออย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสามารถนำมาสู่การสร้างรายได้ให้กับประเทศและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนการวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนและกระบวนการในรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

**2.1) จัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้นจากเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อได้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้ง 9 ตำบลของอำเภอไชยา จากนั้นคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากตำบลต่าง ๆ ของอำเภอไชยาที่มีศักยภาพ ทำการรวบรวมเพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนาม

**2.2) ลงพื้นที่สำรวจเก็บข้อมูลภาคสนาม และบันทึกภาพแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ** หลังจากนั้นจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามในรูปแบบฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Database) และจัดทำฐานข้อมูลเชิงคุณลักษณะ (Attribute Database) ได้แก่ ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ และภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**2.3) จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** โดยพิจารณาจากประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน มีจำนวนทั้งหมด 4 เส้นทาง จำนวน 26 สถานที่ ได้แก่ เส้นทางสายอาหาร (จำนวน 10 สถานที่) เส้นทางสายธรรมชาติ (จำนวน 3 สถานที่) เส้นทางสายพระพุทธศาสนา (จำนวน 6 สถานที่) และเส้นทางสายประเพณีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (จำนวน 7 สถานที่) ทั้งนี้เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวดังปรากฏตามแผนภาพแสดงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



แผนภาพแสดงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในพื้นที่อำเภอไชยา ควรมีส่วนร่วมในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ทั้งนี้ควรพิจารณาในประเด็นความพร้อมของสถานที่ กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมและ สิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะห้องน้ำให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ
2. ทุกสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ ขณะเดียวกันต้องมีความซื่อสัตย์ และรักในการให้บริการกับนักท่องเที่ยว (Service Mind) เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ
3. ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในครั้งนี้ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อทบทวนและปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจรวมถึงการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มเติม
4. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งทางคณะผู้วิจัยได้พยายามสนับสนุน ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาวิจัย รวมทั้งการส่งเสริมนักวิจัยท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการทำวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้นทางชุมชนควรส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและควรสนับสนุนให้เกิดนักวิจัยท้องถิ่นด้วย
5. จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์โดยเฉพาะโบราณสถานสำคัญต่าง ๆ ควรมีการดูแลรักษา ควรมีป้ายบอกเส้นทาง และควรมีผู้ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่นั้น ๆ ได้

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณโครงการวิจัยเรื่องนวัตกรรมระบบการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางอารยธรรมศรีวิชัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ที่ให้โอกาสและสนับสนุนงบประมาณสำหรับการทำวิจัยร่วมกับชุมชนและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาของการทำงานวิจัย อีกทั้งยังเล็งเห็นถึงคุณค่าการทำวิจัยที่ทำให้เกิดนวัตกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- กรกช ตราชูและคณะ. (2560). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา*. วารสารรัชต์ภาคย์. ฉบับพิเศษ: 164-177.
- จิรวุฒิ หลอมประโดน และเอกภพ มณีนารถ. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้ากับร้านสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ*. ทูสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสยาม.
- จันทร์จิรา สุขบรรจง. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง*. วิทยานิพนธ์ (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ณรงค์พลีรักษ์. (2556). *ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชลบุรี*. *วารสารวิจัยและพัฒนาจร*. 36(2), 235-248.
- นงลักษณ์ สุทัศน์วิบูลย์. (2556). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาโอ่งมังกรราชบุรี*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 7:2.
- ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และमुखสุดา พูลสวัสดิ์. (2556). *การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคการเกษตรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พันเอกนลินศักดิ์ ภัคดีแสงศิลป์. (2000). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี 2559*. นโยบายท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.
- ภัณมณี แก้วสง่าและนิศาชล จำนงศรี. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย*. *วารสารเทคโนโลยีสุนารี*. 6(1): 91-109.
- วศินี นวฤทธิศวิน. (2556). *การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*. 2(1): 25-36.
- ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์, โอษฐ์ญา บัชรธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). *แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข*. 9(1): 234-259.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. *การบริหารการตลาดยุคใหม่ Marketing Management*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Diamond In Business World.
- ศุภิสภา พุ่มเดช และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2560). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 3(2): 89-99.
- สุชานาถ สิงหาปัด.(2560). ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม: กิจกรรมสร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชนผู้ไ้บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา*. 5(1): 53-67.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2556). *Creative Tourism Thailand*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2560 จาก [www.dasta.or.th](http://www.dasta.or.th).
- เอกสารบรรยายสรุปอำเภอไชยา. (2553). *อำเภอไชยา*. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2559 จาก <http://www.taome-ja.blogspot.com/>
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience [On-line]*. Available: [http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther\\_binkhorst\\_paper\\_esade\\_may\\_06.df](http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.df).
- Crispin Raymond (2003). *Case Study-Creative Tourism New Zealand*. Published at [www.fuel4arts.com](http://www.fuel4arts.com).
- Goeldner, C. R.and Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Cultural Events [On - line]*. Available: <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>.
- Richards, G. (2010). *EUROTEX: Trans-national Partnership Linking Crafts and Tourism*. In: World Tourism Organization (ed.) *Joining Forces – Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism*. UNWTO: Madrid, 83-89.
- Richards and Raymond (2000). *Case Study-Creative Tourism New Zealand*. Published at [www.fuel4arts.com](http://www.fuel4arts.com). September, 2003.
- World Economic Forum. (2014). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2559 จาก <http://www.mots.go.th>.

