

การวิเคราะห์ประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผล
ต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ชุมชนตำบล
บ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

An Analysis of Creative Tourism Activities Affecting the Satisfaction and Loyalty of Thai Tourists: A Case Study of Ban Laem Sub-district Community, Suphan Buri

กนิษฐา เปี่ยมคุ้ม¹, มณฑกานติ ชุบชูวงศ์²

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม¹, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต²

Kanitta Piamkum¹, Montakan Chubchuwong²

Faculty of Tourism and Hospitality¹, Faculty of Tourism and
Hospitality

Dhurakij Pundit University²

E-mail: kanittapk@hotmail.com¹

E-mail: montakan.chu@dpu.ac.th²

Received: August 31, 2022 ; Revised: October 25, 2022; Accepted: November 14, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ 3) ศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว 4) ศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 351 คน ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว พบว่า ประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว และผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความภักดี

ABSTRACT

The objectives of this research were study 1) the experiences of Thai tourists from their participation in the creative tourism activities, 2) Thai tourists' satisfaction in

participating in the creative tourism activities, 3) the influence of the experiences gained from participating in creative tourism activities, and 4) the influence of Thai tourists' satisfaction affecting the loyalty of the Thai tourists. This study employed a quantitative research method. The data were collected by questionnaires from 351 Thai tourists. The result of a multiple regression analysis of experiences in participating in the creative tourism activities affecting the satisfaction of the Thai tourists found that experiences affected the satisfaction of the Thai tourists. As for the results of a multiple regression analysis of experiences affecting the loyalty of Thai tourists found that experiences affected the loyalty of Thai tourists. And finally, the results of a multiple regression analysis of satisfaction affecting tourists' loyalty showed that satisfaction with creative tourism activities significantly affected their loyalty.

KEYWORDS: Creative tourism, Creative tourism activities, Loyalty

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่ภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาโดยตลอด จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาประเทศลดลง ความท้าทายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะต่อไป คือการเปิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible reopen) โดยในช่วงแรกยังคงเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างที่ยั่งยืน ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เคารพอัตลักษณ์ของชุมชน และสร้างประสบการณ์ ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว กระจายประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ แก่ชุมชนต่างๆ อย่างทั่วถึง นอกจากนี้จะส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการกระจาย ความเจริญสู่เศรษฐกิจฐานรากในชุมชนต่างๆ อย่างทั่วถึง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การท่องเที่ยวชุมชน (Community - based tourism) จึงได้ถูกนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามวิถีวิถีใหม่ (New Normal) เพื่อเพิ่มรายได้ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นถือเป็นเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์จากวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ผสมกับมิตรไมตรีจากผู้คนในชุมชน ซึ่งถือเป็นคุณค่าที่ช่วยเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว

ของประเทศไทยได้อย่างแท้จริง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ดังนั้นเพื่อเพิ่มการดึงดูดนักท่องเที่ยว การนำเสนอชุมชนควรทำออกมาในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Create tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2542 และเป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวเอง เพื่อที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเองอีกด้วย (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556)

ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า เป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำสุพรรณ (ท่าจีน) ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 10 ชุมชนต้นแบบจากชุมชนทั่วประเทศ Village Tourism 4.0 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตลอดสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณ และวัดเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนาน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าชุมชนบ้านแหลมมีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าจะเป็นสินทรัพย์มีค่าในการดึงดูดการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมต่างๆในชุมชนมีลักษณะเป็นกิจกรรมที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าชุมชนยังมีความสามารถที่จะดึงวัฒนธรรมอัตลักษณ์ วิถีชีวิตประจำวัน มาออกแบบให้เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากขึ้น

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษา ประสพการณ์และความพึงพอใจที่ได้จากการมีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ส่งผลต่อความภาคภูมิใจของ นักท่องเที่ยว จากกิจกรรมในชุมชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ การทำธูปหอม การจักสานผักตบชวา การ ล่องเรือไผ่พระ การชมไร่นาสวนผสม การทำชาเตย หอม และการทำอาหารประจำถิ่น ซึ่งยังไม่ปรากฏใน งานวิจัยใด เพื่อให้ทราบรูปแบบของประสพการณ์ และความพึงพอใจ และแนวโน้มความภาคภูมิใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลให้ชุมชน ตำบลบ้านแหลมนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา รูปแบบกิจกรรมที่สร้างประสพการณ์และความพึง พอใจให้นักท่องเที่ยวต่อไป และเป็นการเพิ่มศักยภาพ ของกิจกรรมในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เป็น ฐานรองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงเป็นที่มาของการ ศึกษาวิจัยเรื่อง “วิเคราะห์ประสพการณ์จากการร่วม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความพึง พอใจ และความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัด สุพรรณบุรี” จึงสมควรได้รับการพัฒนาเป็นชุมชน แห่งการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เพื่อเน้นการสร้างสรรค ให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้รับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัด สุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้รับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัด สุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสพการณ์ที่ ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่งผลต่อความภาคภูมิใจของ นักท่องเที่ยว

สมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ ประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะได้รับประสพการณ์ จากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ ประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจ ในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่าง กัน
3. ประสพการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์
4. ประสพการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว
5. ความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลต่อความ ภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัด สุพรรณบุรี และชุมชนอื่นๆ สามารถนำผลวิจัยที่ได้ จากการศึกษไปพัฒนากิจกรรมให้เป็นไปตาม ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และชุมชน สามารถนำผลการศึกษาความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว ไปช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด การ ประชาสัมพันธ์ และทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิด ความยั่งยืน
2. ชุมชนสามารถออกแบบและปรับปรุง กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้กิจกรรมสร้าง ประสพการณ์และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น
3. ชุมชนได้เห็นความสำคัญในการออกแบบ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะเป็นเครื่องมือ

ในการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรมประจำวัน อัตลักษณ์ มาแปรเปลี่ยนเป็นสินค้า โดยนำเสนอให้นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรม และนักท่องเที่ยวได้รับเป็นประสบการณ์กลับไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จัดว่าเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ เริ่มปรากฏเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2543 เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (Richards and Raymond , 2000) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นโอกาสในการพัฒนาสำหรับชุมชนขนาดเล็กที่สนใจ โดยชุมชนจำเป็นต้องมีรูปแบบหรือวิธีการสร้างสรรค์ที่เป็นของตนเองและเหมาะสมกับสถานที่อยู่ ไม่เน้นการลอกเลียนแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้มาท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่การท่องเที่ยวจำนวนมาก (mass tourism) การดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจสูงแต่จำนวนน้อย จะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมมากกว่าการพยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้มาท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ตลอดจนการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อประสบการณ์ที่เขาได้รับในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยวมักจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกจุดหมายปลายทางในครั้งต่อไปเสมอ (Oppermann, 2000) ในภาคส่วนการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวต่างคุ้นชินกับการแสวงหาประสบการณ์ให้ตรงตามความต้องการของแต่ละคน ตามหาประสบการณ์ที่น่าจดจำซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมและกระตุ้นให้พวกเขากลับมาซื้อหรือมาใช้บริการอีกครั้ง ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการจดจำ ความ

พึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยปัจจัย 5 มิติ ดังนี้ 1) การหลีกเลี่ยงและการได้รับการยอมรับ (escape and recognition) 2) ความสงบทางจิตใจ (peace of mind) 3) การมีส่วนร่วมที่ไม่เหมือนใคร (unique involvement) 4) การมีปฏิสัมพันธ์ (interactivity) 5) การเรียนรู้ (learning) (Ali et al.,2015).

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555, น.128-129) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับความคาดหวังที่ต่างกัน สิ่งที่เขาได้รับจริงจากประสบการณ์จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่เขาคาดหวัง หากสิ่งที่ได้รับเท่ากับสิ่งที่เขาคาดหวัง ความพึงพอใจจึงจะเกิดขึ้น หากบริการที่ได้รับจริงเกินกว่าสิ่งที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะเรียนรู้ถึงความประทับใจจากบริการ แต่ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าระดับที่คาดหวังไว้ ย่อมเกิดเป็นประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการของแหล่งท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2556, น. 486) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วยความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ เช่นความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับความคาดหวังที่ต่างกัน หากบริการหรือประสบการณ์จริงที่ได้รับในระหว่างการท่องเที่ยวเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังความพึงพอใจจึงจะเกิดขึ้น อาจส่งผลทำให้เกิดการร้องเรียน การบอกต่อ การซื้อซ้ำ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะผ่านการทำกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นตัวเอง ดังนั้นหากกิจกรรมสามารถออกแบบมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ย่อมส่งผลต่อความทรงจำและเป็นประสบการณ์ที่ดีได้

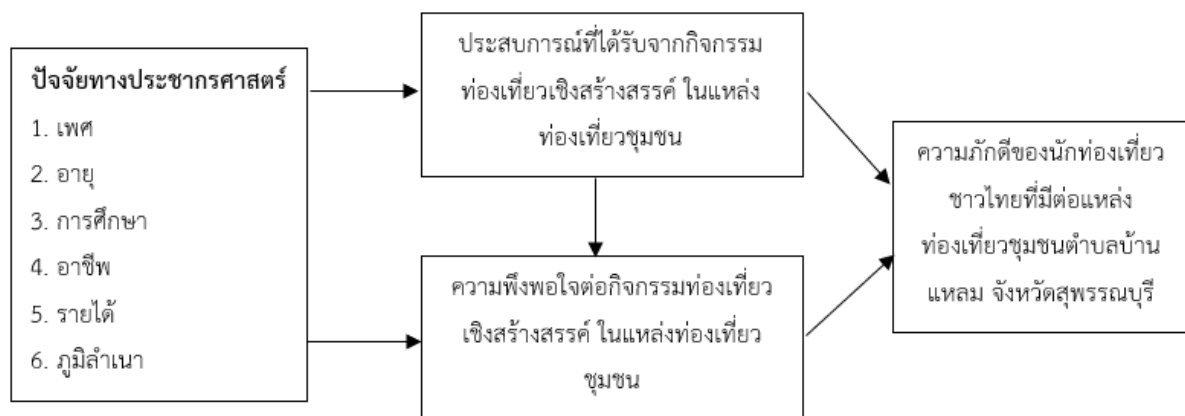
แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยว

ความภักดีคือความเต็มใจของบุคคลแต่ละบุคคล ที่จะลงทุนหรือการเสียสละส่วนตัวเพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพความสัมพันธ์ให้มากขึ้น มีนักวิจัยหลายท่านที่กล่าวว่าตัวชี้วัดความภักดีของนักท่องเที่ยว วัดได้จาก ความตั้งใจในการมาเยือนซ้ำ รวมถึงความตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อ (Khuong and Ha ,2014; Oppermann,2000; Chen & Rahman, 2018) เป็นส่วนหนึ่งของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination loyalty) ผู้ที่มาเยือนซ้ำสร้างรายได้ให้แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาด

(Market share) เพิ่มมากขึ้น และเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากในเชิงบวก ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

จึงกล่าวสรุปได้ว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวสามารถวัดได้จากความตั้งใจในการมาเยือนซ้ำรวมถึงความตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อ (Khuong and Ha ,2014; Oppermann,2000) โดยความภักดีคือความเต็มใจของแต่ละบุคคล โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือนซ้ำมักจะทำให้เกิดรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และการแนะนำบอกต่อ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาเยือนและทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 4,191 คน โดยใช้ข้อมูลจากสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ในปี 2562 (รายงานข้อมูลนักท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม, 2562)

1.2 กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนและทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ระยะเวลา 16 เดือน เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดจึง

ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวลดลง จึงใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 351 คน โดยการใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน คือ ขนาดประชากร 4,000 - 4,499 ใช้ขนาดตัวอย่าง 351 คน (Krejcie & Morgan, 1970)

2. เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นทั้งแบบสอบถามปลายเปิดและแบบสอบถามปลายปิด ลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรง 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับข้อคำถาม ได้ค่า ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ และแก้ไข จากนั้นนำไปใช้ทดลองกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในชุมชนตำบลบ้านแหลมจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย เพื่อนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามในส่วนประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรม ความพึงพอใจ และความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ .950, .867 และ .742 ตามลำดับ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล 2 แหล่ง คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน 2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล เว็บไซต์ เอกสาร บทความ งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

4.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนและทำกิจกรรมของชุมชนเรียบร้อยแล้ว ในช่วงเวลาเดือน มีนาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 จนครบ 351 คน

4.3 จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำไปตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและความถูกต้องก่อนจะนำไปวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ แปลผล และสรุปผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency Statics) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test และ F-test

5.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์ความกว้างของแต่ละอันดับที่ 0.8 คือ มากที่สุด (4.21-5.00) มาก (3.41-4.20) ปานกลาง (2.61-3.40) น้อย (1.81-2.60) และน้อยที่สุด (1.00-1.80)

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลทั่วไปลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนและทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 351 คนพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นกลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท โดยมากมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพและปริมณฑล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยของข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับความร่วมกิจกรรมในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการได้รับการยอมรับ/การหลีกเลี่ยง	4.13	.493	มาก
ด้านความสงบทางจิตใจ	3.99	.561	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม	3.95	.568	มาก
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	4.33	.575	มาก
ด้านการเรียนรู้	4.01	.648	มาก
รวม	4.07	.400	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (interactive) มีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการได้รับการยอมรับและการหลีกเลี่ยง (escape and recognition) ด้านการเรียนรู้ (learning) ด้านความสงบทางจิตใจ

(peace of mind) และด้านการมีส่วนร่วม (unique involvement) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะได้รับประสบการณ์จากการร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
กิจกรรมสร้างความประทับใจเกินความคาดหวัง	3.75	.638	มาก
รู้สึกพึงพอใจที่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม	3.94	.592	มาก
เป็นกิจกรรมที่ทำให้ท่านรู้สึกชื่นชอบวิถีชีวิตของชาวชุมชน	4.15	.575	มาก
ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับกิจกรรมที่ทำ	3.39	.712	ปานกลาง
รวม	3.81	.514	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่า เป็นกิจกรรมที่ทำให้ท่านรู้สึกชื่นชอบวิถีชีวิตของชาวชุมชนตำบลบ้านแหลม มีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ รู้สึกพึงพอใจที่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม กิจกรรมสร้างความ

ประทับใจเกินความคาดหวัง และ ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับกิจกรรมที่ทำ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 อิทธิพลของ
ประสบการณ์ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรม

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	.923	.225		4.094	.000*	
ด้านการได้รับการยอมรับ/การหลีกหนี	.009	.045	.009	.198	.843	1.178
ด้านความสงบทางจิตใจ	.099	.045	.107	2.184	.030*	1.514
ด้านการมีส่วนร่วม	.167	.049	.185	3.410	.001*	1.835
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	.098	.041	.109	2.402	.017*	1.293
ด้านการเรียนรู้	.341	.041	.430	8.420	.000*	1.635

$R^2 = .449$, Adjust $R^2 = .441$, $F = 56.133$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณประสบการณ์ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีปัจจัยของประสบการณ์ที่ได้รับ 5 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ($\beta = .430$) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการมีส่วนร่วม ($\beta = .185$) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ($\beta = .109$) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความสงบทางจิตใจ ($\beta = .107$) และ ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการได้รับการยอมรับและการหลีกหนี ($\beta = .009$) ตามลำดับ

โดยสรุป ปัจจัยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรม

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจในกิจกรรม โดยพบว่า มีปัจจัยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสงบทางจิตใจ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ และ ด้านการเรียนรู้ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 อิทธิพลของประสบการณ์ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับ ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	.689	.297		2.314	.021*	
ด้านการได้รับการยอมรับ/การหลีกหนี	.069	.060	.054	1.158	.248	1.178
ด้านความสงบทางจิตใจ	.086	.060	.076	1.442	.150	1.514
ด้านการมีส่วนร่วม	.229	.065	.204	3.533	.000*	1.835
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	.110	.054	.099	2.054	.041*	1.293
ด้านการเรียนรู้	.355	.053	.361	6.638	.000*	1.635

$R^2 = .375$, Adjust $R^2 = .366$, $F = 41.347$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณประสบการณ์ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ($\beta = .361$) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ประสบการณ์ด้านการมีส่วนร่วม ($\beta = .204$) ประสบการณ์ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ($\beta = .099$) ประสบการณ์ด้านความสงบทางจิตใจ ($\beta = .1076$) และประสบการณ์ด้านการได้รับการยอมรับและการหลีกหนี ($\beta = .054$) ตามลำดับ

โดยสรุป ปัจจัยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	1.141	.197		5.780	.000*	
ความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	.783	.051	.632	15.233	.000*	1.000

$R^2 = .399$, Adjust $R^2 = .398$, $F = 232.055$

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = .632$) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในกิจกรรม

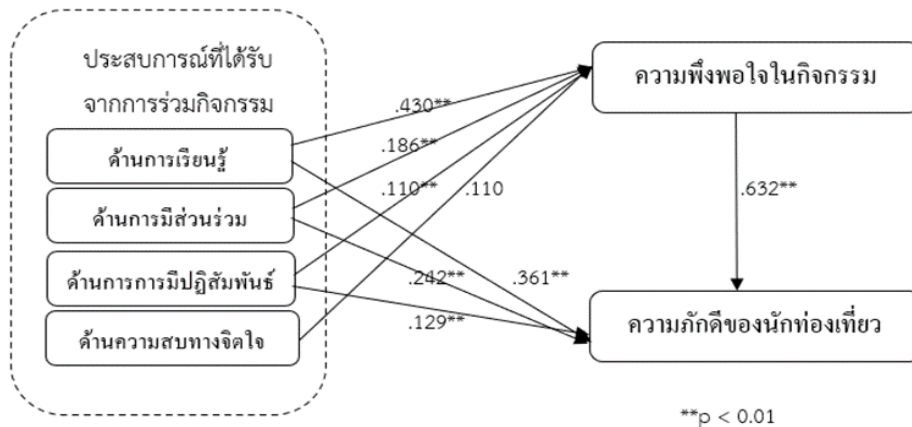
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยพบว่า มีปัจจัยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ และ ด้านการเรียนรู้ ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 5

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่าความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดี

ตารางที่ 6 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะได้รับประสบการณ์จากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่าง	ยอมรับสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่าง	ยอมรับสมมติฐาน
3. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ยอมรับสมมติฐาน
4. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
5. ความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นประสบการณ์ด้านการปฏิบัติสัมพันธ์มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เรียกว่าประสบการณ์ โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ผ่านการทำกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ฌีญูพัชร มณีโรจน์ (2560) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว โดยการทำกิจกรรมไม่เพียงแต่อาศัยการมีส่วนร่วม แต่ยังต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวชุมชน

อาทิเช่น การดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง การพูดคุยโต้ตอบด้วยความเป็นมิตร และ การส่งต่อความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาประสบการณ์ที่ได้รับในประเด็นความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ภูมิลำเนา จะได้รับประสบการณ์จากการร่วมกิจกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างกับ อิชฎาภรณ์ พริษฐ์ชัยกุล และอศวิน แสงพิกุล (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด และอาชีพ แตกต่างกันจะมีประสบการณ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาความพึงพอใจ ในประเด็นความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จากการศึกษา

พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาคนา จะมีความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อาริรัตน์ วัชรโยธินกุล (2560) พบว่านักท่องเที่ยวที่มี อายุ การศึกษา ภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2564) พบว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัด นครราชสีมา โดยในผลการศึกษาวิจัยนี้พบว่าปัจจัย ประสบการณ์เพียง 4 ด้าน จากทั้งหมด 5 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ และ ด้านความสงบทางจิตใจ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวแตกต่างกับ Ali et al., (2015) ที่พบว่า ปัจจัยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 5 มิติ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกกับการจดจำ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนและได้ทำกิจกรรมในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ประสบการณ์ที่ได้รับในด้านการยอมรับและการหลีกหนีไม่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยของประสบการณ์ด้านการยอมรับและการหลีกหนี พบว่า ค่าเฉลี่ยในประเด็นกิจกรรมมีรูปแบบค่อนข้างไม่แตกต่างจากที่นักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์ที่เคยทำมาก่อน สอดคล้องกับ จักรวาล วงศ์มณีและรักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2564) พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คาดหวัง ได้แก่ ความดึงดูดใจทั้งทาง รูปลักษณ์และความรู้สึกมีความมีอัตลักษณ์และหาได้ยาก ตลอดจนความแปลกใหม่ ของผลิตภัณฑ์บริการหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลนี้เป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวยังต้องการกิจกรรมที่มีอัตลักษณ์รูปแบบกิจกรรมที่แปลกใหม่ เพื่อเพิ่มระดับความพึง

พอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับในด้านการได้รับการยอมรับและการหลีกหนี

ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Suhartanto, et al. (2019) พบว่า คุณ ภาพ ประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยหลักสำคัญในการกำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยในผลการศึกษาวิจัยนี้พบว่าปัจจัยประสบการณ์ เพียง 3 ด้าน จากทั้งหมด 5 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการมีส่วนร่วม และ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ อาจเป็นเพราะประสบการณ์ในด้านการเรียนรู้ ชุมชนตำบลบ้านแหลมมีกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นความอยากรู้ เป็นกิจกรรมที่เกิดการเรียนรู้ อย่างแท้จริง ส่วนในประสบการณ์ในด้านการมีส่วนร่วม ในทุกๆ กิจกรรมชุมชนจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเอง และในส่วนประสบการณ์ในด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ผู้ให้คำแนะนำกิจกรรมมีความเป็นมิตร เป็นผู้มีความรอบรู้และเป็นผู้สืบทอดวิถีชีวิตชุมชนบ้านแหลมโดยแท้จริง เนื่องจากผู้ให้คำแนะนำหรือวิทยากรส่วนใหญ่ในชุมชนตำบลบ้านแหลม เป็นผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ จินต์ประวีร์ เจริญนิม และสิริชัย ดีเลิศ (2563) พบว่า การสร้างภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ เกิดจากการปฏิบัติจริง โดยได้รับการฝึกฝนจากการปฏิบัติจริงมาจากครอบครัว ผู้รู้ ผู้ชำนาญ แล้วนำมาทำตาม จากประสบการณ์ของตนเองที่ได้ลองผิดลอง ถูก การสะสมความรู้ จนเกิดเป็นภูมิปัญญาขึ้น และจากพิธีกรรมที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษจนเกิดเป็นภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ

ความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับ Keller (2013) พบว่า จุดหมายปลายทางที่จะเข้าไปอยู่ในความทรงจำของ

นักท่องเที่ยวได้นั้นต้องเกิดเป็นประสบการณ์ หรือ เป็นสิ่งที่เติมเต็มความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว อาจเป็น เพราะ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เป็น กิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบในวิถีชีวิตของ ชาวชุมชน โดยผลการศึกษาความภาคภูมิใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะแนะนำชุมชนตำบล บ้านแหลมให้กับผู้อื่นมากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอยู่ใน ระดับมาก สอดคล้องกับ Kim et al. (2012) ได้กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็น เอกลักษณะก่อให้เกิดประสบการณ์และความทรงจำที่ ดีแก่นักท่องเที่ยว ความพึงพอใจและมีความสุขจาก การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านวัฒนธรรมที่เป็น เอกลักษณะของท้องถิ่นจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ ได้จากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน ชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี เป็น ประสบการณ์ด้านการมีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด ดังนั้น ชุมชนควรรักษามาตรฐาน การออกแบบกิจกรรม ต่างๆให้มีลักษณะเน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยวและชาวชุมชนให้มีการสื่อสารพูดคุย ได้ต่อกัน และความเป็นมิตร การเป็นผู้มีความรอบรู้ และถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านการออกแบบ กิจกรรมให้มีความสร้างสรรค์ รวมทั้งการดูแล นักท่องเที่ยวให้ได้อย่างทั่วถึงในระหว่างทำกิจกรรม

2. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยประสบการณ์ ด้านการเรียนรู้มีค่าสัมประสิทธิ์ที่สูงที่สุดมากกว่าด้าน อื่นๆ ซึ่งชุมชนต้องออกแบบกิจกรรมให้ตรงตามความ ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็น กิจกรรมที่เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง นำไปสู่การคิด รวบรวม การเรียนรู้และทักษะที่เพิ่มขึ้นของ นักท่องเที่ยว จากนั้นนักท่องเที่ยวก็จะตอบสนองเป็น พฤติกรรมต่างๆ เช่นความพึงพอใจ เป็นต้น ตัวอย่าง กิจกรรมเช่น กิจกรรมที่มีความหลากหลายและโดดเด่น

เด่นทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตหรือธรรมชาติ โดยที่ ภายในกิจกรรมมีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจ อย่างลึกซึ้งในแหล่งท่องเที่ยว เน้นออกแบบกิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) อย่างครบถ้วนในกิจกรรมเดียว

3. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่ ส่งผลต่อความภาคภูมิใจ พบว่า ประสบการณ์ด้านการ เรียนรู้ส่งผลต่อความภาคภูมิใจสูงสุด เนื่องด้วยกลุ่ม นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นนักท่องเที่ยวที่ กระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน ดังนั้น ความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวในชุมชน ตำบลบ้าน แหลม จังหวัดสุพรรณบุรี จะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากการที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในกิจกรรมที่เกิด ความคาดหวัง และได้รับประสบการณ์จากการร่วม กิจกรรมที่มีคุณค่าน่าจดจำ ส่งผลให้เกิดเป็นความ ภาคภูมิใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว ในการแนะนำบอก ต่อแหล่งท่องเที่ยว และกลับมาเยือนซ้ำตัวอย่างเช่น การนำเพลงอีแซว ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นของ สุพรรณบุรีมาทำเป็นกิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมขับร้องโต้ตอบกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพ จำในเอกลักษณ์ วัฒนธรรมที่โดดเด่นของแหล่ง ท่องเที่ยวได้

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการ ร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ส่งผลต่อ ความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ สูงสุด กิจกรรมที่สร้างขึ้นต้องให้ความรู้ลึกที่เกิน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จึงจะเกิดเป็นความ พึงพอใจ ดังนั้นสิ่งที่ชุมชนต้องทำคือ เน้นเป็น กิจกรรมที่เปิดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม การมี ปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนในชุมชน ให้นักท่องเที่ยว รู้สึกพึงพอใจที่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ใน ประเด็นเรื่องความคุ้มค่าในราคาที่จ่าย นักท่องเที่ยว พึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ให้ความ คาดหวังเรื่องระยะเวลาที่ทำกิจกรรมและค่าใช้จ่ายที่ เสียไป และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจด้านความคุ้มค่า ในราคาที่จ่าย ชุมชนอาจใช้วิธีการจูงใจด้านราคา แทนการลดราคา โดยการเพิ่มคุณค่า (Value

adding) ให้กับราคาที่นักท่องเที่ยวจ่าย เช่น การเสนอขายแพ็คเกจราคาสำหรับครอบครัว, แพ็คเกจสำหรับนักเรียน/นักศึกษา, แพ็คเกจราคาสำหรับช่วงที่นักท่องเที่ยววันหยุดหรือนอกฤดูกาล หรือเสนอ

บริการสิทธิประโยชน์ผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เช่น คุปองส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหรือของฝากที่ระลึก อภินันทนาการชา/กาแฟ เป็นต้น เพื่อใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

ผุดโปรแกรมทัวร์สัมผัสชุมชน 81 แห่ง เจาะตลาดคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2563, จาก

<https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=12919>

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.(2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 3

พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>

จักรวาล วงศ์มณี และรัชพงษ์ วงศาโรจน์. (2564). คุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังในแหล่งจุดหมายปลายทางเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย.วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9(6), 2665-2678.

จินต์ประวีร์ เจริญนิม และสิริชัย ดีเลิศ. (2563). กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาของผู้สูงอายุสู่ชุมชนและสังคมที่ยั่งยืน. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 33(2), 152-167.

ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 13(2), 25-46.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิง.

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2564). ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(2), 61-74.

เลิศพร ธาระสกุล. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม. (2562) รายงานข้อมูลนักท่องเที่ยว(เอกสารไม่ตีพิมพ์). สุพรรณบุรี : ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Thailand). กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

อารีรัตน์ วัชรโยธินกุล. (2560). ความคาดหวังและมิติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).

อิษฏาภรณ์ พิรัชต์ชัยกุล และอัศวิน แสงพิกุล. (2563). ประสบการณ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทบ่อน้ำพุร้อน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอทองผาภูมิจังหวัดกาญจนบุรี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 10(2), 223-234.

Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2015). Influence of Experiences on Memories Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100.

- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(September), 153–163.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Limited.
- Khuong, M. N., & Ha, T. T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam - A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 490-496.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destinations loyalty. *Journal of Travel Research*. 39(11), 78-84.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2019). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation, *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867-879.