

G

# Guidelines for the Development of Models and Activities of Creative Tourism Marketing in Samui Island, Suratthani Province

Nontipak Pianroj<sup>1,\*</sup> Siripat Chodchuang<sup>2</sup> Kanokwan Srikhwan<sup>3</sup>

*Received: August 3, 2017 Revised: September 25, 2018 Accepted: October 17, 2018*

## Abstract

This research primarily aimed at proposing ways to develop models and activities of creative tourism marketing in Samui Island, Suratthani Province. This study was conducted using a mixed methods approach. Qualitative data were collected by interviewing from government agencies, entrepreneurs and communities that involved in Samui Island tourism. Quantitative research collected data from Thai and foreign tourists via questionnaires. The results found that creative tourism in Samui Island had a diversified of models and marketing activities such as natural resources tourism, historical tourism, cultural tourism, and community based tourism, etc. Tourists were more aware of the models and activities of the creative tourism marketing. For tourists' behavior, most of tourists search travel information from the Internet and they were motivated to travel by the beautiful tourist attractions. The perception of tourists towards models and marketing activities of creative tourism in Samui Island affected tourists' behavior in three aspects; sources of tourism information, travel expenditures, and travel time periods. Therefore, creative tourism marketing in Samui Island can be accomplished by developing Samui Island identities with diversified models and marketing activities, and communicating to tourists.

**Keywords:** creative tourism, Samui island

<sup>1,2</sup> Department of Management Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

<sup>3</sup> International School of Tourism Suratthani Rajabhat University

\* Corresponding author. E-mail: sala\_oil@yahoo.com



# นวัตกรรมการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นนทิภัค เพียรโรจน์<sup>1\*</sup> สิริภัทร์ โชติช่วง<sup>2</sup> กนกวรรณ ศรีขวัญ<sup>3</sup>

วันรับบทความ: August 3, 2017 วันแก้ไขบทความ: September 25, 2018 วันตอบรับบทความ: October 17, 2018

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เกาะสมุย และการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศผลการวิจัยพบว่า เกาะสมุยมีรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชุมชน เป็นต้น และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกาะสมุย ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และมีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งจูงใจที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกาะสมุยในภาพรวมส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน 3 ด้าน คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น การเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกาะสมุยสามารถทำได้โดยการจัดรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายโดยการดึงอัตลักษณ์ของพื้นที่มาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม และการสื่อสารรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกาะสมุย

<sup>1,2</sup> สาขาวิชาการจัดการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

<sup>3</sup> วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

\* Corresponding author. E-mail: sala\_oil@yahoo.com

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ทั้งในลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ และเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความผูกพันของนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว ผ่านประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพลกุล, และธีระ ลินเดชาภิรักษ์, 2555) โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่มีองค์ความรู้ที่ชัดเจน ทั้งในด้านรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การระบุทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมถึงการระดมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555) แต่ปัจจุบันมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการจัดโครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สนับสนุนให้จัดโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น โครงการฝึกอบรมผู้บริหารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทักษะในการประยุกต์ใช้ให้แก่ผู้บริหารในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเกาะที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวทางทะเล จนได้รับขนานนามว่าเป็นเกาะ “สวรรค์แห่งทะเลอ่าวไทย” อย่างไรก็ตาม เกาะสมุยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว (กันยารัตน์ นาเอี่ยม และณัฐกานต์ ใจเรือน, 2558) เช่น แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ เช่น วัดต่าง ๆ เจดีย์แหลมสอ แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับกิจกรรมโดยตรง เช่น การชมวิธีการทำขนมกาละแม แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับศิลปะการวาดภาพ รูปปั้น เช่น รูปปั้นช้างขนาดใหญ่ที่วัดคีรีวงการาม บ้านโบราณ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของเกาะสมุย (ศรายุทธ พูลสวัสดิ์ และพัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2557)

ด้วยภาพลักษณ์ของเกาะสมุยด้านการท่องเที่ยวทางทะเล ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่ทราบถึงรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะสมุยมากนัก ทั้งที่รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของวัฒนธรรมและชุมชน และเป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในชีวิตประจำวัน (ภิญญาดา ไชยรัตน์, 2557)

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยเพื่อให้เกาะสมุยเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลายและยั่งยืน ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะและวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม (มุทริกา พฤษาพงษ์, 2554) และเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ควรได้รับการสนับสนุน และปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นกลไกการชักนำนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน (วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2554) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์สถานที่ โดยให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจและสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีหลากหลายรูปแบบ โดย Richards (2010) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามคุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้ (1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว โดยเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำศิลปหัตถกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น (2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมเป็นสินค้าหลัก โดยเกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม (3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ (4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูง เช่น จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ต่าง ๆ ไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น (5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการทำกิจกรรมและ (6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะเป็นเครื่องมือสำคัญในโลกร่วมสมัยที่จะช่วยเน้นย้ำในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชนในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยมีความสมดุลของสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555)

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นการศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้บริโภค อันเป็นผลมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคมลักษณะส่วนบุคคลเพื่อนำไปปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว (ทัศนวรรณ วิบุษกษมาพันธ์, 2545) รวมถึงการกระทำหรือกิริยาใด ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวซึ่งมีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่งโดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ (รุจยา คำพรรณ, 2546)

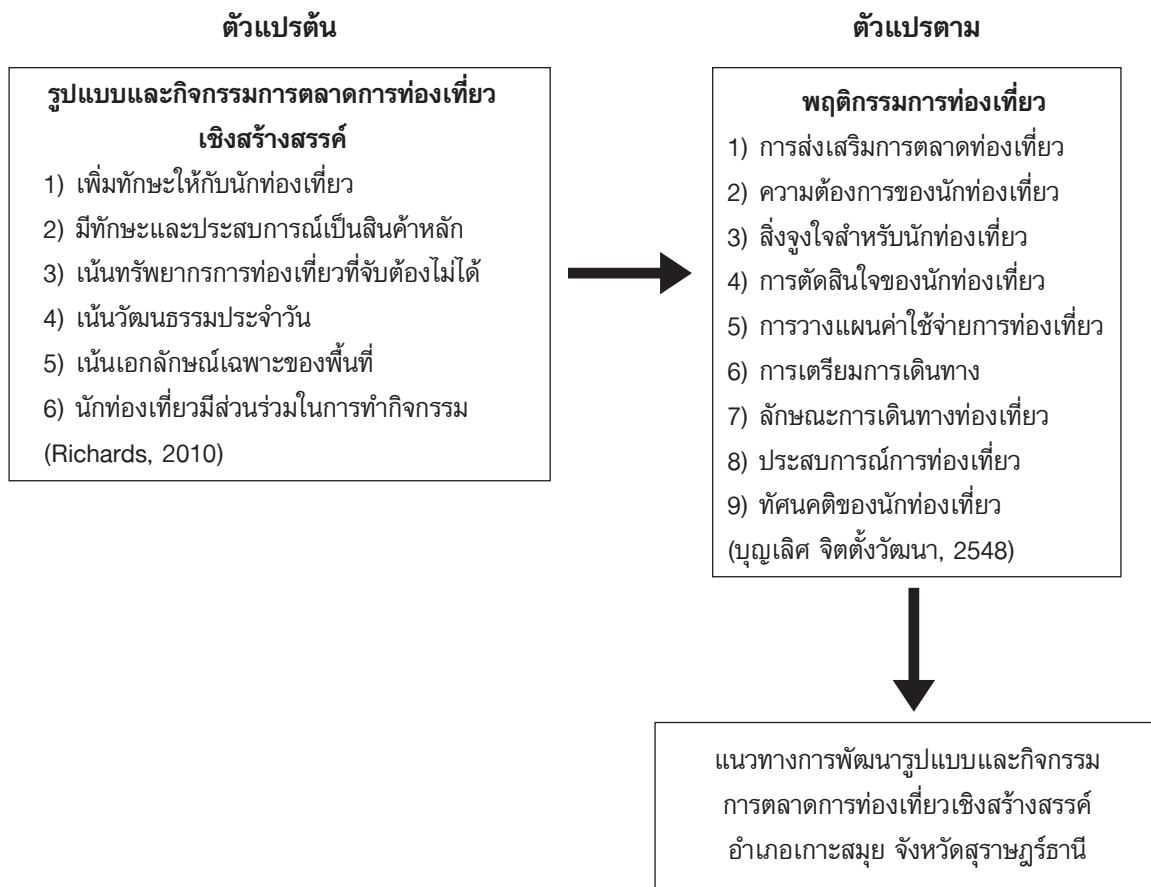
ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการกระทำหรือ กิริยาต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูดการกระทำสีหน้าหรือท่าทางรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยการตัดสินใจท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ดังนี้ (1) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเป็นการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (3) สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว (4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปการตัดสินใจเที่ยวนับเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญ หากตัดสินใจพลาดก็จะเสียเงินไปในสิ่งที่ไม่ประทับใจ (5) การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษารายละเอียดในการเดินทาง และวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (6) การเตรียมการเดินทางผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยวการยืนยันการเดินทางจัดทำเอกสารการเดินทาง (7) การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน (8) ประสิทธิภาพการท่องเที่ยว การเปรียบเทียบความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ และ (9) ทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ เช่นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราดมีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนและส่วนใหญ่จะเดินทางมากับเพื่อน มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน / 2 คืน (นงลักษณ์ มโนวัลย์เลา, อุทัยรัตน์ ณ นคร, เอกวัต วิถีประดิษฐ์, ณัฐวิจิธา เลิศพงศ์จุฑา, และสุภาภรณ์ เลิศศิริ, 2558) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดสมุทรปราการนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ และได้เดินทางไปท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวและญาติส่วนพานะที่ใช้เดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว (วิลานีนี จุสปาโล และคณะ, 2552) ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจท่องเที่ยวทั้ง 9 ขั้นตอน และประยุกต์บางขั้นตอนให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยส่วนนี้เป็นการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย 2 ส่วนเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ (1) รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยได้ศึกษาจากขั้นตอนการตัดสินใจท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยกรอบแนวคิดการวิจัยมีรายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีรายละเอียด ดังนี้

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 2 กลุ่ม แบ่งตามวิธีการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร คือ กลุ่มตัวอย่างเป็นหลักร้อยละ ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 15-30% (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) และจากจำนวนประชากรทั้งหมด 200 ราย ผู้วิจัยสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้จำนวน 50 ราย และจำนวนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 72 ราย



2. การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสมุยโดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ซึ่งคำนวณได้ 369 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้เกิดความง่ายต่อการเก็บข้อมูล การแบ่งสัดส่วน ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนขั้นต่ำไว้ 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 550 ตัวอย่าง ส่วนแบบสอบถามที่มีข้อมูลความสมบูรณ์สามารถนำไปประมวลผลได้ คือ จำนวน 518 ตัวอย่าง

สำหรับการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล
2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)
3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นตัวเลือก

**การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งตามวิธีการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการเรียบเรียงสรุปผลโดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive) ให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่กำหนดไว้
2. การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2-3) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการตลาด



การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลการวิจัยได้มาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเกาะสมุยโดยผู้ประกอบการได้ให้ความหมายและแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามความเข้าใจของตนเอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นำเสนอวิถีชีวิตและวัฒนธรรมคนสมุยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะวิถีมะพร้าว เนื่องจากมะพร้าวอยู่คู่กับคนเกาะสมุยมาช้านาน ในนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับมะพร้าวตั้งแต่เริ่มปลูกจนกระทั่งการนำมาแปรรูปเป็นอาหารหรือสิ่งของเครื่องใช้

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการดึงความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนมาเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นศักยภาพของพื้นที่เกาะสมุย และเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่ามากขึ้น เช่น การประกอบอาชีพของคนในเกาะสมุยในอดีตเน้นการทำสวนมะพร้าวเป็นหลัก จึงควรนำเอาวิถีชีวิตการทำสวนมะพร้าวมาแสดงให้นักท่องเที่ยวได้เห็นในรูปแบบหรือวิธีการ โดยสิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้นั้นควรเป็นวิถีชีวิตแบบของจริง ไม่ใช่การจัดฉากเรียกเงินค่าเข้าชม

ตัวแทนชุมชนได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิตดั้งเดิม ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หรือให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำกิจกรรมที่เป็นภูมิปัญญาของคนเกาะสมุยเพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเน้นย้ำเอกลักษณ์ และคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของเกาะสมุยรวมทั้งช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนเกาะสมุย และปัจจุบันเกาะสมุยมีค่านิยมเปลี่ยนไป นิยมธรรมชาตินิยมต่างชาติ แต่ไม่รักษาธรรมชาติความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยไว้

ดังนั้น เกาะสมุยเป็นเกาะที่มีรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชุมชน เป็นต้น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเหล่านี้เมื่อนำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมและช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวหรือชุมชน ก็ทำให้การท่องเที่ยวมีสีสันมากขึ้น และถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สำหรับผลการวิจัยที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ร่วมกับทฤษฎีในการกำหนดเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

## 2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2-3 ซึ่งเป็นผลจากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 518 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยผลการวิจัย มีดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 518 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 สถานภาพส่วนใหญ่โสด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 และสมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ที่ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 ส่วนรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยมากกว่า 75,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 รองลงมา คือ 15,001-30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ในระดับมากทุกข้อ โดยประเด็นที่มีการรับรู้สูงสุด คือ เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อ ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมา คือ วิทยากรในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม ( $\bar{X} = 3.75$ ) และเกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนม ( $\bar{X} = 3.71$ )

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกาะสมุย ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการขณะท่องเที่ยว คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 สิ่งจูงใจหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อน จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 45.60 และการเดินทางในช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตัวเอง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย คือ ประสบการณ์ด้านวิถีชีวิต จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้นำมาทดสอบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้านใดที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีแตกต่างระหว่างกลุ่มแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยผลการทดสอบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	พฤติกรรมการท่องเที่ยว							
	C1 Sig	C2 Sig	C3 Sig	C4 Sig	C5 Sig	C6 Sig	C7 Sig	C8 Sig
1. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อ	*0.013	0.610	0.819	*0.005	*0.000	*0.004	0.366	0.094
2. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น	*0.043	0.335	*0.042	0.576	*0.000	*0.000	0.429	0.476
3. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานศิลปะการวาดภาพรูปปั้น	*0.000	0.812	0.073	0.120	*0.000	*0.000	0.444	0.100
4. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ	*0.002	0.609	0.423	0.567	*0.000	*0.000	0.959	0.827
5. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย	*0.000	0.331	*0.007	0.265	*0.000	*0.000	0.510	0.068
6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย	*0.051	0.509	0.758	0.318	*0.000	*0.000	0.368	0.443
7. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การแปรรูปอาหาร	*0.000	0.987	0.121	0.061	*0.000	*0.000	0.471	0.920
8. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับชุมชน	*0.000	0.862	*0.026	0.795	*0.000	*0.000	0.965	0.414
9. มัคคุเทศก์มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว	*0.012	0.436	0.157	0.272	*0.000	*0.000	0.576	*0.000
10. วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม	*0.000	0.528	*0.011	*0.041	*0.000	*0.000	0.681	0.114
<b>รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย</b>	<b>*0.000</b>	<b>0.591</b>	<b>0.285</b>	<b>0.479</b>	<b>*0.000</b>	<b>*0.000</b>	<b>0.516</b>	<b>0.184</b>

หมายเหตุ: \* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

C1) ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว C2) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการขณะท่องเที่ยว C3) สิ่งจูงใจหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว C4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว C5) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว C6) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว C7) ลักษณะการจัดการเดินทาง C8) ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการท่องเที่ยว

ผลการทดสอบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ 3 ด้าน ที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มและไม่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือด้านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการขณะท่องเที่ยว และลักษณะการจัดการเดินทาง

สำหรับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ 3 ด้าน คือ ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมีรายละเอียดการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ดังนี้

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	N	Mean	F	sig
1. รายการโทรทัศน์	74	3.69		
2. วารสารการท่องเที่ยว	76	3.68		
3. ญาติ/เพื่อน	126	3.51	9.027	0.000
4. อินเทอร์เน็ต	241	3.54		
5. Facebook	110	3.62		

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่ามีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน โดยผลการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	N	Mean	F	sig
1. น้อยกว่า 1,000 บาท	50	4.21		
2. 1,001-2,000 บาท	78	3.84		
3. 2,001-3,000 บาท	76	3.73	16.329	0.000
4. 3,001-4,000 บาท	78	3.57		
5. มากกว่า 4,000 บาท	236	3.45		

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน โดยผลการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาทได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	N	Mean	F	sig
1. วันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์)	77	4.05	12.719	0.000
2. วันเสาร์-อาทิตย์	75	3.82		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	76	3.79		
4. เฉพาะวันที่จัดงานพิเศษ	14	3.63		
5. ช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน	171	3.43		
6. ไม่แน่นอน	105	3.45		

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน โดยผลการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์) ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### สรุปและอภิปรายผล

นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยในภาพรวมในระดับมาก และจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในส่วนนี้ทำให้เห็นว่าเกาะสมุยยังมีรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายดังนี้ (1) การท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อ (2) การท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น (3) การท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานศิลปะการวาดภาพรูปล้น และ (4) การท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น และการทำผลิตภัณฑ์ สิ่งของเครื่องใช้จากวัตถุดิบท้องถิ่น โดยกิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่งถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่จะช่วยเน้นย้ำยืนยันในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชนในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยมีความสมดุลของสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555)

จะเห็นได้ว่าการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวมีศักยภาพมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยของ Robinson (2005) ที่พบว่า การสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายวิธีโดยการรับรู้จะเพิ่มขึ้นเมื่อได้รับสารสนเทศจากสื่อต่าง ๆ เช่นวรรณกรรม วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเดินทางมาด้วยตนเองซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนนี้เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่มีลักษณะสอดคล้องกับการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (กรมการท่องเที่ยว [กทท], 2557) ที่พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเกาะสมุย คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อนและเดินทางมาด้วยตนเอง นอกจากนี้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยในส่วนนี้ยังมีสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เกาะสมุยอีกด้วย เช่น พฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ (วิลาสินี จุสปาโล และคณะ, 2552) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวจะมีลักษณะพฤติกรรมที่เหมือนกัน

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยในด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว โดยการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวค้นหาจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน และมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก และคาดว่าจะใช้อินเทอร์เน็ตจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตจึงมีผลต่อการรับรู้ โดยเป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยนอกจากสื่ออินเทอร์เน็ตยังมีช่องทางการสื่อสารการตลาดในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย เช่น สื่อบุคคล ซึ่งบุคคลถือได้ว่ามีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์และบอกกล่าวเชิญชวนในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำความประทับใจที่ได้รับไปบอกต่อ (พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, 2555)

นอกจากนี้ การรับรู้ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวโดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมองถึงความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายไป ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยจะต้องคำนึงถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวถึงประโยชน์และประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมว่านักท่องเที่ยวได้รับมากน้อยเพียงใด

ทั้งนี้เพื่อให้แนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสมบูรณ์ควรมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ครบถ้วน คือ (1) คนในชุมชนหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว (2) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมท้องถิ่น และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (3) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน



(4) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ (5) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2554) ดังนั้นรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะในส่วนนี้เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยมีรายละเอียด ดังนี้

**1. รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ** ผู้ประกอบการและชุมชนและการสำรวจการรับรู้จากนักท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าเกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายทั้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิต และงานศิลปะรูปปั้น โดยแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย สามารถจัดรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ดังนี้

1.1 การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านเกาะสมุย เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวเกาะสมุย คือการทำสวนมะพร้าว ประกอบด้วยการเก็บผลมะพร้าว วิธีการปอกมะพร้าว การเผามะพร้าว เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสื่อให้เห็นวิถีชีวิตของชาวเกาะสมุย

1.2 การเรียนรู้เกี่ยวกับประโยชน์ และกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ได้แก่ น้ำมันมะพร้าว ครีมบำรุงผสม สบู่ กระจายชุดมะพร้าว ภาชนะใส่ของเครื่องดนตรี และของที่ระลึก เป็นต้น

โดยรูปแบบและกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุยและความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ทั้งลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้กิจกรรมที่จัดขึ้นมีความน่าสนใจเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

**2. การสื่อสารรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการทดสอบพฤติกรรม** การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยที่ได้รับผลจากการรับรู้รูปแบบกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว และปัจจุบันสื่อมีหลายรูปแบบ แต่สำหรับสื่อที่สามารถสื่อสารรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) สื่อองค์กร เช่น ธุรกิจโรงแรม สปา บริษัททัวร์ สายการบิน ร้านอาหาร (2) สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อ การแนะนำจากคนอื่น ๆ/คนในชุมชน (3) สื่อออนไลน์ เช่น Website, Fan Page ท่องเที่ยว และ (4) ป้ายสื่อความหมายแต่ละกิจกรรม ซึ่งใน



การสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวควรเลือกใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์รูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเลือกสื่อที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ให้เหมาะกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น การโฆษณาสิ่งพิมพ์สื่อเฉพาะสื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย นำแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะสมุย
3. ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ นำรูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปให้บริการนักท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ

## ข้อจำกัดของงานวิจัย

ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังเป็นรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่นิยมเหมือนกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น จึงส่งผลให้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต้องใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกินกว่าแผนที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.tourism.go.th>
- กันยารัตน์ นาเอี่ยม, และณัฐกานต์ ใจเรื่อน. (2558). *เสน่ห์การบริการและการท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี: รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้มาเยือน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- นงลักษณ์ มโนวัลย์เลา, อุทัยรัตน์ ณ นคร, เอกวัต วิถีประดิษฐ์, ณัฐวิจิธา เลิศพงศ์รุจิกร, และสุภาภรณ์ เลิศศิริ. (2558). *พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด: รายงานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหบัณฑิต ไม้ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ภยมณี แก้วสง่า, และนิศาชล จานงศรี. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย*. *วารสารเทคโนโลยีสุนารี*, 6(1), 91-109.
- ภิญญาดา ไชยรัตน์. (2557). *ทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 7(2), 156-163.
- มุทริกา พุกษาพงษ์. (2554). *เที่ยวอย่างเข้าใจไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?>
- รุชยา คำพรรณ. (2546). *ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหบัณฑิต ไม้ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2554). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหบัณฑิต ไม้ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.
- วิลาลินี จุลปาโล, สุนิษา โสมทอง, วิฑิตยา ยอดระบำ, จันทร์จิรา จันทร์นวล, สุนิสา บุญศรี, และวีระศักดิ์ ปัญจะวิสุทธ์. (2552). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ: รายงานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ศรายุฑ พูลสวัสดิ์, และพัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร. (2557). *การกำหนดรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเกาะสมุย. ใน การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ณ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วันที่ 28 มีนาคม 2557* (น. 2236-2244). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพละกุล, และธีระ ลินเดชาภิรักษ์. (2555). *โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In R. Wurzbarger, T. Aageson, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.). *Creative tourism: A global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide* (pp. 78-90). Santa Fe, NM: Sunstone Press.
- Robinson, P. (2005). *Perceptions and visitor motivation: The reality of perception*. N.p.