

Guidelines for Promoting Creative Tourism in Phuket Old Town During the Low Season

Nattida Lorworalak^{1*}, Sutthahathai Ruenkaew¹,
Sudarat Saengjan¹, Thaksornthan Kongpim¹

Received: 6/10/2025, Revised: 24/12/2025, Accepted: 27/2/2026

Abstract

This research aims to: 1) examine the motivations and perspectives of international tourists toward creative tourism activities in Phuket Old Town during the low season; 2) analyze the perception levels of international tourists regarding creative tourism activities in Phuket Old Town during the low season and 3) propose guidelines for developing and promoting sustainable creative tourism activities in Phuket Old Town during the low season. The study involved 400 international tourists visiting Phuket Old Town during the low season. A questionnaire was used as the main research instrument, with comparative analysis and hypothesis testing applied. The findings revealed that international tourists had a very high level of motivation in three aspects: physical, cultural, and personal, thereby reflecting a desire for more meaningful travel experiences. Moreover, perceptions of creative tourism activities were also very high based on the 3S principles, showing strong potential for Phuket Old Town. Hypothesis testing indicated that motivations and attitudes varied by gender and were positively related to satisfaction, perceived value, and intention to revisit. Consequently, the study proposes five guidelines: continuous creative activities, online marketing, fair pricing, improved facilities and safety, and community participation to preserve cultural identity and promote long-term sustainable tourism.

Keyword: low season; creative tourism activities; creative tourism; Phuket Old Town

¹ Management for Development College, Thaksin University, Songkhla 90000

*Corresponding author, email: 661101016@tsu.ac.th

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในช่วง Low Season ย่านเมืองเก่าภูเก็ต

ณัฐธิดา ล้อวรลักษณ์^{1*}, ศุภทัตย์ เรือนแก้ว¹,
สุภารัตน์ แสงจันทร์¹, ทักษิณธัญญ์ กองพิมพ์¹

วันรับบทความ: 6/10/2568, วันแก้ไขบทความ: 24/12/2568, วันตอบรับบทความ: 27/2/2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วง Low Season 2) เพื่อวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วง Low Season และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมและมีความยั่งยืนในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วง Low Season กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วง Low Season เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ, t-test, One-way ANOVA รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติตามเพศและอายุ ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรม

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในระดับมากทั้งด้านกายภาพ วัฒนธรรม และส่วนบุคคล สะท้อนถึงความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ลึกซึ้ง และการรับรู้คุณค่าต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากเช่นกัน ตามแนวคิด 3S Principles ทั้งนี้แรงจูงใจและทัศนคตินักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามเพศ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ การรับรู้คุณค่า และความตั้งใจที่จะกลับมาเยือน ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง 2) การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ 3) การกำหนดราคาที่เหมาะสม 4) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและยกระดับความปลอดภัย และ 5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าและยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: นอกระบบการท่องเที่ยว; กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; ย่านเมืองเก่าภูเก็ต

¹ Management for Development College, Thaksin University, Songkhla 90000

* Corresponding author, email: 661101016@tsu.ac.th

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันเนื่องมาจากความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ทำให้ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023) โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญของภูมิภาคภาคใต้ ด้วยทำเลที่ตั้งริมทะเลอันดามันและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นจากการผสมผสานของวัฒนธรรมไทย-จีน-มุสลิม-ยุโรป ซึ่งสะท้อนผ่านสถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุกีสในย่านเมืองเก่า ส่งผลให้ภูเก็ตกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมระดับโลก (Kerdsap, 2018)

จากผลสำรวจพบว่าในปี 2567 มีรายงานจาก C9 Hotelwork ว่าจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 8.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23 จากปีก่อน อย่างไรก็ตาม ภูเก็ตยังประสบปัญหา "ความไม่สมดุลของฤดูกาลท่องเที่ยว" โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) (พฤษภาคม-ตุลาคม) ที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง 30-40% จากช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (Tourism Authority of Thailand, 2024) อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านสภาพอากาศ ส่งผลให้ธุรกิจในย่านเมืองเก่าภูเก็ตซึ่งพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบโดยตรง ขณะเดียวกัน ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว แม้สร้างรายได้สูง แต่กลับก่อให้เกิดปัญหาความแออัด มลภาวะ และการสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน (Krutwechok et al., 2018)

ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการสร้างกิจกรรมทางเลือกที่มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมต่อฤดูกาล สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ในบริบทนี้ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" (creative tourism) ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคร่วมสมัย โดยมีจุดเน้นหลักในการส่งเสริมการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าผ่านกิจกรรมที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง (Richards, 2010) แนวทางนี้สอดคล้องกับนโยบาย Amazing Thailand, The Memories Maker ของ Tourism Authority of Thailand (2024) และแนวทาง The 35 Principles ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ (Wongkumchatree et al., 2020) โดยเฉพาะในมิติของประสบการณ์ส่วนบุคคล ความยืดหยุ่นของกิจกรรม และการสื่อสารที่เข้าใจง่าย (Photphaichit et al., 2018) การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) 2) วิเคราะห์ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมดังกล่าว และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้มีความยั่งยืนในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) โดยใช้มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยคาดว่าจะนำไปสู่การสร้าง

ความสมดุลทางฤดูกาลท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของเมือง และการเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริงและมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season)

2.2 เพื่อวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season)

2.3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมและมีความยั่งยืนในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season)

3. สมมติฐาน

3.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้และความคิดเห็นต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ที่แตกต่างกัน

3.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การรับรู้กิจกรรม ความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาเยือนซ้ำย่านเมืองเก่าภูเก็ตในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season)

4. การทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์จากทฤษฎีมัลธัส (Malthusian theory) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงตัวแปรด้านประชากรศาสตร์มาใช้ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ จำนวนครั้งที่เดินทาง และแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับกิจกรรม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญเนื่องจากช่วยสะท้อนความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม โดย Satawetin (1998) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะทางประชากรนั้น มีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่คล้ายคลึงกัน ส่วนคนที่มีลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่าง ทั้งนี้ แม้งานวิจัยที่ผ่านมาอาจยังไม่ครอบคลุมครบทุกตัวแปรดังกล่าว แต่ก็พบว่ามีการศึกษาในบางตัวแปร เช่น เพศ อายุ และช่องทางการรับรู้ ซึ่งช่วยยืนยันถึงความสำคัญของตัวแปรเหล่านี้ และเป็นเหตุผลให้

ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ดังนี้ ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่ใด สถานที่หนึ่งเป็นระยะเวลาชั่วคราว โดยการท่องเที่ยวนั้นจะมีลักษณะที่เป็นหลักการอยู่ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว การเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางที่ไม่ได้มุ่งหวังหารายได้

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism)

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richard (2009) ได้รับการยอมรับจากองค์กร UNESCO มาจัดทำเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เรียกว่า The 3S Principles ผู้วิจัยได้นำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อสำรวจข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (tourist experience)

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักวิชาการหลายท่านให้ความสำคัญกับประสบการณ์ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหวังเพียงการพักผ่อน แต่ต้องการประสบการณ์ที่มีความหมาย ที่สามารถสร้างความประทับใจ จากการศึกษานี้ได้กล่าว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการสำรวจความรู้สึก การมีส่วนร่วม และระดับความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมักแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างและเฉพาะตัว แนวคิดนี้จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

4.5 แนวคิดการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ (creative placemaking)

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ แนวคิดนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างและมีความหมายมากขึ้น แนวคิดนี้เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับกิจกรรมท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้เป็น

กรอบในการวิเคราะห์และออกแบบแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับฤดูท่องเที่ยวต่ำ โดยเน้นกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้แม้ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวหลัก และตอบสนองต่อความต้องการ ประสบการณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า

4.6 ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (tourist motivation theory)

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทฤษฎี push-pull motivation theory ของ Crompton (1979) & Iso-Ahola (1982) สามารถนำมา ประยุกต์ใช้เป็นกรอบวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังย่านเมืองเก่าภูเก็ตในช่วง นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ได้อย่างเหมาะสม แนวคิดนี้จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนการ ออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อแรงจูงใจทั้งสองด้าน โดยเฉพาะในช่วง นอกฤดูกาล ท่องเที่ยว (low season) ซึ่งนักท่องเที่ยวมักมองหาประสบการณ์เฉพาะตัวและกิจกรรมที่มีความหมาย มากกว่าการพักผ่อนแบบทั่วไป ทั้งนี้ แนวคิดแรงจูงใจยังสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อ รวบรวมข้อมูลด้านแรงจูงใจ ความคาดหวัง และความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีระบบ และเป็นประโยชน์ ต่อการเสนอแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและยั่งยืน

5. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย ใช้สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง มาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลไปหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การได้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในช่วง Low Season ย่านเมืองเก่าภูเก็ต มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2567 รวมประมาณ 8.65 ล้านคน (C9 Hotelworks, 2025) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า ภูเก็ต

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ จำนวนครั้งที่เดินทาง และแหล่งข้อมูล
- 2) แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทักษะคิดต้องค์ประกอบ ของกิจกรรม

3) แบบสอบถามระดับความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่า โดยส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลผ่านการตรวจสอบทางด้านความเที่ยงตรง โดยใช้เทคนิค IOC (index of item objective congruence) ซึ่งนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อหาดัชนีความสอดคล้องกับข้อคำถามวัตถุประสงค์ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 0.80 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่างโดยวิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.80 ซึ่งสามารถนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในย่านเมืองเก่าภูเก็ต จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบภาคสนาม

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล 1) แบบสอบถามพฤติกรรม แรงจูงใจ และทัศนคติต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์ในลักษณะข้อมูลเชิงปริมาณ t-test / One-way ANOVA เปรียบเทียบทัศนคติตามเพศ correlation analysis วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรม 2) แบบสอบถามระดับความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์ในลักษณะข้อมูลเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ความสัมพันธ์

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) รวมทั้งวิเคราะห์ความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (49.0%) อายุระหว่าง 21–30 ปี (56.75%) และเดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (58.8%) สัญชาติที่พบมากที่สุด ได้แก่ รัสเซีย (19.3%) จีน (16.3%) และอินเดีย (6.5%) โดยช่องทางการรับรู้กิจกรรมหลักมาจากสื่อสังคมออนไลน์ (49.1%)

ตอนที่ 2 แรงจูงใจ พฤติกรรม และทัศนคติต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

Table 1

Levels of Motivation, Tourist Behavior, and Attitudes toward Creative Tourism Activities of the Respondents

Motivation, Behavior, and Attitudes toward Tourism Activities	$\bar{x}$	S.D.	Level of Interpretation
Motivation for tourism	4.66	0.54	Highest
Tourist behavior	4.68	0.54	Highest
Attitudes toward components of tourism activities	4.67	0.54	Highest
Overall motivation, behavior, and attitudes toward tourism activities	4.67	0.52	Highest

Note. $n = 400$, *sig. < 0.05

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาภาพรวมของแรงจูงใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.52)

ตอนที่ 3 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งสิ่งจูงใจทางกายภาพ สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม และสิ่งจูงใจด้านส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

Table 2

Levels of tourist motivation among respondents

Travel Motivation Factors	$\bar{x}$	S.D.	Interpretation Criteria
Physical Motivation	4.67	0.60	Highest
Cultural Motivation	4.69	0.58	Highest
Personal Motivation	4.64	0.62	Highest
Composite Travel Motivation Factors	4.67	0.60	Highest

Note. $n = 400$, *sig. < 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.60)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Table 3

Tourists' perception levels regarding the 3S principles in creative tourism activities (N=400)

The 3S principles	$\bar{X}$	S.D.	Level of Interpretation
Sophistication	4.69	0.59	Highest
Senses	4.66	0.55	Highest
Stories	4.67	0.55	Highest
Overall levels of the 3S principles	4.67	0.54	Highest

Note. n= 400, *sig. < 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับแนวคิด 3S (The 3S principles) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.54)

Table 4

Levels of satisfaction with the experience of value perception toward activities and intention to revisit among the respondents

Satisfaction with the Experience of Value Perception toward Activities and Intention to Revisit	$\bar{X}$	S.D.	level of Interpretation
Satisfaction with the experience	4.65	0.54	Highest
Value perception and intention to revisit	4.70	0.51	Highest
Overall satisfaction with the experience of value perception toward activities and intention to revisit	4.68	0.51	Highest

Note. n= 400, *sig. < 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจ และการรับรู้คุณค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.51)

ตอนที่ 5 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับลักษณะทางประชากรศาสตร์

Table 5

Comparison of travel motivation factors across different genders (N=400)

Sex	Quantity	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig.
Male	154	4.69	0.44	4.339	0.014*
Female	196	4.73	0.51		
Prefer not to say	50	4.48	0.86		
Total	400	4.68	0.54		

Note. n= 400 and *sig. < 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับเพศ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจสูงกว่าเพศชาย ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและอารมณ์มากกว่าเพศชาย

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจ ความพึงพอใจในประสบการณ์การรับรู้คุณค่าของกิจกรรม และความตั้งใจกลับมาเยือน

Table 6

Pearson correlation coefficient between travel motivation, satisfaction, and revisit intention

Travel motivation	Satisfaction with tourism Activities	Perceived value and revisit intention	Total
Physical Motivation	.795** (0.000)*	.829** (0.000)*	.839** (0.000)*

Table 6 (Cont')

Travel motivation	Satisfaction with tourism Activities	Perceived value and revisit intention	Total
Cultural Motivation	.780** (0.000)*	.828** (0.000)*	.830** (0.000)*
Personal Motivation	.744** (0.000)*	.791** (0.000)*	.793** (0.000)*
Total	.817** (0.000)*	.863** (0.000)*	.867** (0.000)*

Note. $p < 0.01$ (**) indicates statistical significance at the 0.01 level; $p < 0.05$ (*) indicates statistical significance at the 0.05 level

จากตารางที่ 6 จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า แรงจูงใจทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านกายภาพซึ่งมีค่าความสัมพันธ์สูงที่สุด ($r = .839^{**}$) แสดงให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการทางประสบการณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี มีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต แสดงว่าสมมติฐานการวิจัยได้รับการยอมรับ

ตอนที่ 7 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยสรุปแนวทางสำคัญที่ควรนำไปใช้ ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (low season) เช่น เวิร์กช็อปศิลปะ งานหัตถกรรม หรือกิจกรรมเชื่อมโยงเทศกาล 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ผ่านรีวิวและโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ 3) การสร้างความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ ผ่านการกำหนดราคาที่เหมาะสมในทุกฤดูกาลเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ 4) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การจัดการจราจร พื้นที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และ 5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นให้คนในพื้นที่เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวและอัตลักษณ์ สร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป

7. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (low season) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Kerdsap

(2018) & Krutwechok et al. (2018) ที่เน้นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการรับรู้และความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความประทับใจอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยเฉพาะเวิร์กช็อปงานหัตถกรรมและกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น แม้จะมีการรับรู้จากสื่อโซเชียล แต่การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Photphaichit et al. (2018) & Wongkumchatree et al. (2020) ที่เน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและการยึดอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นหลักในการพัฒนากิจกรรม

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรม แรงจูงใจ และทัศนคติมีความแตกต่างกันตามเพศ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าในระดับสูง แนวทางการพัฒนาที่เสนอ ได้แก่ การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง การตลาดออนไลน์ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Chandraworrasit, R. (2021) ที่ยืนยันว่ากิจกรรมที่แปลกใหม่และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมจะเพิ่มความตั้งใจกลับมาเยือนอีกครั้ง

สรุปผลการวิจัยพบว่า ด้านแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านระดับการรับรู้ต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และด้านแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรม สะท้อนให้เห็นศักยภาพของย่านเมืองเก่าภูเก็ตในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แม้ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวต่ำ โดยนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจและระดับการรับรู้ในระดับสูงต่อกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและสะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการหลายมิติ ทั้งการพัฒนากิจกรรมที่หลากหลายและต่อเนื่อง การสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ การรับรู้คุณค่า และความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในย่านเมืองเก่าภูเก็ต

8. องค์ความรู้ใหม่

การศึกษานี้ครั้งนี้ เป็นกระบวนการแสวงหาความรู้ที่มีลักษณะเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับแนวคิดความยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการตั้งคำถามทางวิชาการว่า ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวน้อยลง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเป็นกลไกในการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจของย่านเมืองเก่าภูเก็ตได้อย่างไร ซึ่งประเด็นดังกล่าวยังไม่เคยมีการศึกษาเชิงลึกในเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาก่อน งานวิจัยนี้จึงถือเป็นงานบุกเบิกที่มุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่ในมิติของ การพัฒนาแนวทางการจัดการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในฤดูกาลที่มีข้อจำกัด ในกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจาก

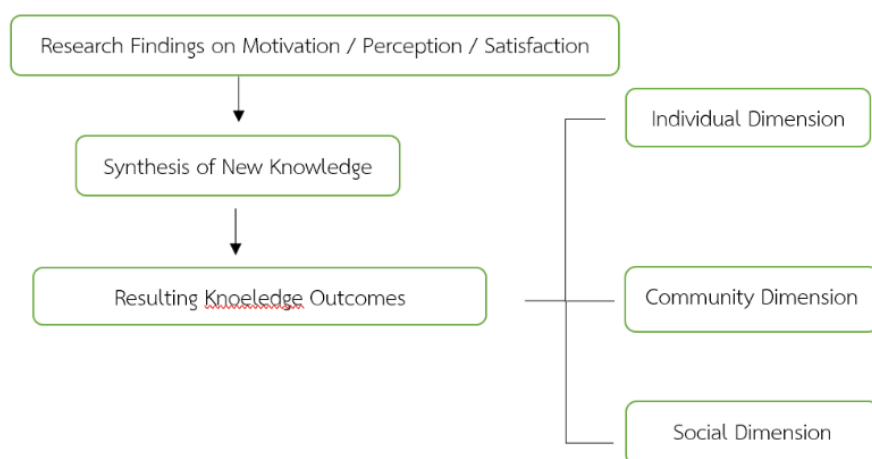
การศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ จากนั้นจึงออกแบบเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในย่านเมืองเก่าภูเก็ตจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจงและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบสมมติฐาน เพื่อตรวจสอบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season)

ผลลัพธ์ของกระบวนการวิจัยได้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่าทั้งในทางทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ได้รับความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม โดยเน้นมิติของการมีส่วนร่วม การเรียนรู้วัฒนธรรม และการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นคุณค่าทางจิตใจมากกว่าความพึงพอใจเชิงวัตถุ

ในเชิงกระบวนการ ผู้วิจัยได้คิดค้นแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 5 แนวทาง ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี 2) การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ 3) การกำหนดราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่า 4) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรการด้านความปลอดภัย และ 5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม

Figure 1

New knowledge of creative tourism in low season



Note. Dimension of creative tourism promotion in low season. Own work.

แนวทางเหล่านี้เกิดจากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ร่วมกับหลักทฤษฎีทางการจัดการการท่องเที่ยว ทำให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติจริงได้ทั้งในระดับนโยบายและระดับชุมชน คุณค่าของ

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้จึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการอธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกใน 3 มิติ ได้แก่ 1) มิติบุคคล นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างแท้จริง 2) มิติชุมชน ชาวบ้านมีรายได้และเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง 3) มิติสังคม พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตได้รับการฟื้นฟูทางวัฒนธรรมและกลายเป็นต้นแบบของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงนำเสนอแนวทางใหม่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของฤดูกาลท่องเที่ยวที่จำกัด โดยสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ในงานวิจัยอนาคต ทั้งด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ การตลาดเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการสร้างคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

- 1) ควรมีการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบและจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อรักษาปริมาณนักท่องเที่ยวและสร้างความรู้สึกรักให้กับย่านเมืองเก่า
- 2) การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เน้นการเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมผ่านสื่อ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเพิ่มการรับรู้คุณค่าของกิจกรรม
- 3) การบริหารราคาและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมและพัฒนาอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
- 4) สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมให้คนในพื้นที่มีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะและความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ขยายกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยควบคู่กับชาวต่างชาติ เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน
- 2) ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (mixed methods) ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
- 3) พิจารณาตัวแปรใหม่ ๆ งานวิจัยต่อไปอาจศึกษาตัวแปรแทรกซ้อน เช่น บทบาทของสื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว หรือการตลาดเชิงประสบการณ์ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
- 4) การศึกษาเปรียบเทียบพื้นที่ ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับย่านเมืองเก่าในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อหาจุดร่วมและจุดแตกต่าง อันจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมในระดับประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- C9 Hotelworks. (2024). *Phuket tourism rebounds with 8.65 million arrivals in 2024*.
https://c9hotelworks.com/wp-content/uploads/2025/02/Phuket-Hotel-Tourism-Market-Review_February-2025.pdf
- Chandraworrasit, R. (2021). *Travel motivations and travel experiences affecting Thai tourist's satisfactions visiting Kanchanaburi province*. [Unpublished master's thesis]. Dhurakij Phundit University
- Kerdsap, W. (2018). Travel behavior of Oceania tourists during the low season in Phuket province [Research report, Rajapruet University]. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/144206>
- Krutwechok, O., Chanprasit, W., Trisuk, W., & Ratchakitsob, W. (2018). Master plan development for sustainable management of community-based tourism in Phuket [Research report, Suvarnabhumi Institute of Technology]. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/177349>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *Annual economic and social report of Thailand 2023*.
https://www.nesdc.go.th/ebook/NESDCReport66/NESDC_66.html
- Photphaichit, N., Prasitwisate, G., Serirat, S., & Namjaidee, S. (2018). Capacity development of creative tourism activities of Thai Song Dam ethnic group in Ban Don subdistrict, U Thong district, Suphanburi province [Master's thesis, Suan Dusit University].
https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/160634
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In R. Wurzbarger, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), *Creative tourism: A global conversation* (pp. 78–90). Sunstone Press.
<https://www.researchgate.net/publication/254786284>
- Satawetin, P. (1998). *Mass Communication: Processes and Theories*. (In Thai). Parbpim.
- Tourism Authority of Thailand. (2024). Thailand product update at TTM+ 2024 highlights "Your Stories Never End." *TAT Newsroom*. <https://thailand.prd.go.th>
- Wongkumchatree, K., Kraipeeraphan, K., & Wetkha, M. (2020). Sustainable creative tourism management model in Ban Don Bom, Mueang Kao subdistrict, Mueang district, Khon Kaen province [Research report, Mahasarakham Rajabhat University].