

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

Guidelines for Promoting Creative Tourism
in Thale Noi Sub-district, Khuan Khanun District, Phatthalung Province

ปรเมศ สุวรรณจำรูญ¹ ชวลีย์ ณ ถาลง²
Poramet Suwanjamroon¹ Chawalee Na Thalang²

¹สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวโรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Tourism, Hotel, and Service Business Management, College of Management University of Phayao

²วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
College of Management University of Phayao

¹Corresponding Author: E-mail: Poramet.suw@gmail.com

Received : 2 February 2026; Revised : 22 April 2026; Accepted : 14 May 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 2. เปรียบเทียบพฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และ 3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อยโดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test, ANOVA และ Chi-square

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยเกษียณอายุ 41 ปีขึ้นไป มีรายได้ 15,000-30,000 บาท เดินทางด้วยรถส่วนตัวในวันหยุดเพื่อการพักผ่อน โดยได้รับข้อมูลจากการบอกต่อ มีกิจกรรมหลักคือการล่องเรือ และกว่าร้อยละ 90.75 ยืนยันจะกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการ สูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.20 และเห็นว่าควรเร่งพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ส่วนกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมสูงสุดคือ การสานกระจูด

เพศ อายุ และการศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้ 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1. ยกระดับกิจกรรมแบบลงมือทำจริง 2. สื่อสารผ่าน Digital Storytelling 3. เพิ่มช่องทางออนไลน์ และ 4. ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายให้เป็นมาตรฐานสากล

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว ทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study demographic characteristics, behaviors, and levels of opinion toward the marketing mix and creative tourism activities of tourists in Thale Noi Sub-district, Khuan Khanun District, Phatthalung Province; 2) to compare behaviors,

marketing mix, and creative tourism activities classified by demographic characteristics; 3) to analyze the relationship between demographic characteristics and creative tourism behaviors. Primary data were collected via questionnaires from a sample of 400 tourists and analyzed using t-test, ANOVA, and Chi-square statistics.

The results indicated that the majority of tourists were females in the retirement age group of 41 years and older, with an average income between 15,000–30,000 Baht. They typically traveled by private cars on holidays for leisure purposes and received information through word-of-mouth. The primary activity was boat touring, and 90.75% of respondents expressed their intention to revisit. Regarding the marketing mix, tourists prioritized Process the highest 4.20 with the suggestion on Place (distribution channels) and Promotion as an urgent development. The most unique and popular creative activity was Krajood Weaving.

Gender, age, and education level significantly influenced tourism behavior and opinions on activities at a statistical significance level of 0.05. Consequently, the researcher proposes four key strategies, i.e., 1) enhancing hands-on experience activities, 2) communicating through digital storytelling, 3) expanding online channels, and 4) upgrading billboards to international standards.

Keywords: creative tourism, marketing mix, tourism activities, Thale Noi, Phatthalung Province

1. บทนำ

ตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) [1] และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 มุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว [2] โดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) [3] ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ตรงร่วมกับคนในชุมชน [4] ตามแนวคิดของ UNESCO ที่มุ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสร้างสรรค์เมืองและชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน [5] อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในระดับพื้นที่ยังคงประสบข้อจำกัดในการดึงศักยภาพของอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น พื้นที่ชุ่มน้ำโลก (Ramsar Site) [6] และภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมกระจูด แต่ที่ผ่านมายังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง [7]

ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง มีต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์เข้ากับทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อันเข้มข้น พื้นที่แห่งนี้เปี่ยมไปด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นการเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำโลก (Ramsar Site) ซึ่งเปรียบเสมือนวัตถุดิบชั้นเลิศ ในการนำมาจัดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เน้นการมอบประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว [8] หัวใจสำคัญของการพัฒนาคือการยึดถือปรัชญาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยให้ชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการและตัดสินใจ การล่องเรือชมความงามของระบบนิเวศไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมชมเฉย ๆ (Passive Learning)

แต่ต้องยกระดับสู่การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active Learning) เช่น การล่องเรือเพื่อไปเรียนรู้วิธีการคัดเลือกและถอนกระชูดจากป่าพรุเพื่อนำมาทำ หัตถกรรมจักสาน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมายาวนานกว่า 100 ปี [9] หรือการล่องเรือไปชมวิถีการหาปลาเพื่อนำมาแปรรูปเป็น ปลาตุ๋นทะเลน้อย ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ กิจกรรมเหล่านี้จะสร้างการปฏิสัมพันธ์ที่มีความหมายระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

ในการแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 10Ps และหลักการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว [10] ตลอดจนประเมินศักยภาพของทรัพยากรในพื้นที่ เช่น ผลผลิตปลาทูและปลากระชูดเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาบูรณาการเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย เพื่อให้เกิดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน สร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นการอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมให้คงอยู่สืบไปตามเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [11]

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

2.2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

2.3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรม และเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยมีกระบวนการดำเนินการดังนี้

4.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและตัวแปรเพื่อร่างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

4.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ความเที่ยงตรง (Validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผลการประเมินมีค่าเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ (ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด 0.50)

2) ความเชื่อมั่น (Reliability) นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.98 ซึ่งแสดงถึงความเชื่อมั่นของเครื่องมือในระดับสูงมาก

4.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

2) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คำนวณตามสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3) วิธีการสุ่ม: ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4.4 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถามในรูปแบบตรวจรายการ (Checklist Questions) โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

2) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

3) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

4) ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

5) ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการแจกแบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารทางวิชาการและวารสาร การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมทางสถิติวิเคราะห์แบ่งเป็น

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรและพฤติกรรม

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Chi-Square Test (ทดสอบความสัมพันธ์), T-Test และ One-Way ANOVA (ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย) หากพบความแตกต่างจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

5. ผลการวิจัย

การวิจัย แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	หญิง	319	79.75
2.อายุ	มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	183	45.75
3.สถานภาพ	สมรส	210	52.5
4.ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	243	60.75
5.อาชีพ	เกษียณ	114	28.5
6.รายได้ต่อเดือน	15,000 - 30,000 บาท	237	59.25

จากตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอกวนขน จังหวัดพัทลุง พบว่า เป็นเพศหญิงที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ที่เกษียณอายุแล้วและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับกลางคือช่วง 15,000 - 30,000 บาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุดในแต่ละด้านตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลัก	พักผ่อนหย่อนใจ	182	45.50
2. ลักษณะการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	349	87.25
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	2-3 คน	212	53.00
4. ช่วงเวลาที่เดินทาง	วันเสาร์-วันอาทิตย์	301	75.25
5. ความถี่ในการมา	เคยมาแล้ว 2 ครั้ง	230	57.50
6. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	1,001 - 1,500 บาท	277	69.25
7. ช่องทางการรับรู้	การบอกต่อ (Word of Mouth)	275	68.75
8. กิจกรรมยอดนิยม	การล่องเรือทะเลน้อย	330	82.50
9. การกลับมาซ้ำ	ตั้งใจกลับมาอีก	363	90.75
10. การแนะนำต่อ	ยินดีแนะนำให้ผู้อื่นมา	400	100.00

จากตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอกวนขน จังหวัดพัทลุง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 45.50) โดยใช้ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 87.25 เดินทางร่วมกับผู้อื่นประมาณ 2-3 คน (ร้อยละ 53.00) และเลือกเดินทางในช่วง วันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 75.25 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาแล้ว 2 ครั้ง (ร้อยละ 57.50) โดยมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยการบอกต่อ (Word of Mouth) เป็นหลัก (ร้อยละ 68.75) สำหรับกิจกรรมที่เป็นที่นิยมสูงสุดคือ การล่องเรือทะเลน้อย (ร้อยละ 82.50) โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน อยู่ในช่วง 1,001 - 1,500 บาท (ร้อยละ 69.25) โดยนักท่องเที่ยว ร้อยละ 90.75 มีความตั้งใจที่จะกลับมาเยือน อีกครั้ง และนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) มีความยินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.73	0.50	มาก
2. ด้านราคา	3.88	0.39	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย	3.16	0.83	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13	0.82	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.17	0.75	ปานกลาง
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.86	0.37	มาก
7. ด้านกระบวนการ	4.20	0.35	มาก
8. ด้านประชากรในชุมชน	4.15	0.32	มาก
9. ด้านรายการท่องเที่ยว	3.46	0.43	มาก
10. ด้านสินค้าและบริการที่นำเสนอร่วมกัน	3.89	0.39	มาก
รวม	3.67	0.33	มาก

จากตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนด้านที่ควรพัฒนาคือด้านการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (S.D. = 0.50) ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.39) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (S.D. = 0.83) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 (S.D. = 0.54) ด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 (S.D. = 0.75) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.37) ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.35) ด้านประชากรในชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D. = 0.32) ด้านรายการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 (S.D. = 0.39) ด้านสินค้าและบริการที่นำเสนอร่วมกัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.39)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การสานกระจุต	4.60	0.34	มากที่สุด
2. การล่องเรือทะเลน้อย	4.55	0.40	มากที่สุด
3. การไหว้พระ	4.54	0.40	มากที่สุด
4. การทอดผ้า	2.98	0.76	ปานกลาง
5. การทำปลาตุ๋น	2.64	0.52	ปานกลาง
รวม	3.86	0.29	มาก

จากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่า ในภาพรวม

อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 กิจกรรมที่ได้รับความนิยมระดับ มากที่สุด คือ การสานกระจุต ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.34) รองลงมาคือการล่องเรือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 (S.D. = 0.40) และการไหว้พระ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.40) การทอผ้า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 (S.D. = 0.78) การทำปลาตุ๋น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 (S.D. = 0.52)

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5 ภาพรวมจากการวิเคราะห์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	0.367	0.451	0.556	0.023*	0.024*	0.148
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*	0.000*	0.404	0.000*	0.000*	0.015*
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	0.000*	0.000*	0.428	0.011*	0.017*	0.042*
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.002*	0.000*	0.871	0.000*	0.009*	0.564
5. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	0.010*	0.000*	0.453	0.000*	0.000*	0.592
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยว	0.153	0.072	0.711	0.691	0.000*	0.012*
7. ช่องทางที่ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยว	0.000*	0.000*	0.266	0.000*	0.021*	0.003*
8. กิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0.000*	0.000*	0.033*	0.000*	0.476	0.624
9. กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต	0.018*	0.588	0.467	0.275	0.244	0.131
ภาพรวม	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

จากตารางที่ 5 ภาพรวมจากการวิเคราะห์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกือบทุกมิติ แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของพื้นฐานบุคคลส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการตัดสินใจและการทำกิจกรรมในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน ลักษณะการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และช่องทางการรับรู้ข้อมูล ซึ่งแปรผันตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์อย่างครอบคลุมที่สุด ด้านสถานภาพและรายได้ ในขณะที่ปัจจัยอื่นส่งผลในวงกว้าง สถานภาพสมรส กลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมน้อยที่สุด โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเฉพาะกับ กิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่านั้น สะท้อนให้เห็นว่าความชอบในกิจกรรมสร้างสรรค์อาจขึ้นอยู่กับวิถีชีวิตหรือครอบครัว แต่ปัจจัยนี้ไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์หรือค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่วนในด้าน รายได้ พบว่ามีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมเชิงเศรษฐกิจ เช่น ค่าใช้จ่ายรวมและช่องทางการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่มีผลต่อวัตถุประสงค์หรือระยะเวลาในการเดินทางมายังตำบลทะเลน้อย โดยภาพรวม ปัจจัยด้าน เพศ อายุ และระดับการศึกษา คือตัวแปรหลักที่กำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$)

ตารางที่ 6 ภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วน
ประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.587	0.095	0.238	0.045*	0.251	0.611
2. ด้านราคา	0.640	0.772	0.781	0.220	0.985	0.048*
3. ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย	0.844	0.397	0.283	0.293	0.636	0.286
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.955	0.577	0.255	0.445	0.596	0.323
5. ด้านบุคลากร	0.954	0.311	0.297	0.405	0.774	0.328
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0.868	0.954	0.299	0.595	0.820	0.384
7. ด้านกระบวนการ	0.146	0.651	0.492	0.073	0.337	0.009*
8. ด้านประชากรในชุมชน	0.536	0.714	0.939	0.011*	0.966	0.088
9. ด้านรายการท่องเที่ยว	0.000*	0.031*	0.619	0.852	0.579	0.938
10. ด้านสินค้าและบริการที่นำเสนอร่วมกัน	0.437	0.414	0.678	0.054	0.847	0.302
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

จากตารางที่ 6 สรุปภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยส่วนบุคคลเพียงประการเดียวที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดใน ภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณารายด้านพบความแตกต่างใน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านประชากรในชุมชน เพศ และ อายุ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะ ด้านรายการท่องเที่ยว เพียงด้านเดียวเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มักแปรผันตามวัยและรสนิยมเฉพาะบุคคล รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างใน ความคาดหวังด้านผลตอบแทนและการบริการ โดยพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน ด้านราคา และด้านกระบวนการ สถานภาพ และอาชีพ ของนักท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อความแตกต่างของความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาดด้านใดเลย รวมถึงใน ภาพรวมด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 ภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน

กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. การสานกระจุต	0.000*	0.000*	0.125	0.000*	0.002*	0.000*
2. การทอผ้า	0.000*	0.000*	0.597	0.016*	0.532	0.778
3. การทำปลาตุ๋น	0.000*	0.000*	0.289	0.000*	0.012*	0.897
4. การล่องเรือทะเลน้อย	0.000*	0.000*	0.118	0.000*	0.049*	0.000*
5. การไหว้พระ	0.000*	0.000*	0.419	0.000*	0.223	0.000*
ภาพรวม	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์

จากตารางที่ 7 สรุปภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา และ รายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นใน ภาพรวม ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การสานกระจุต และการล่องเรือทะเลน้อย เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่ม (ยกเว้นกลุ่มที่มีสถานภาพต่างกัน) มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกปัจจัยประชากรศาสตร์ ภาพภาพ เป็นปัจจัยเดียวที่ไม่ส่งผลต่อความแตกต่างของความคิดเห็นในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทุกรูปแบบ อาชีพ แม้ในภาพรวมจะไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน แต่ส่งผลต่อความแตกต่างในกิจกรรมเฉพาะด้าน ได้แก่ การสานกระจุต การทำปลาตุกร้า และการล่องเรือทะเลน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด สามารถสร้างความสำเร็จในการยกระดับการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง การส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ผ่าน Storytelling เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าตราสินค้า โดยมุ่งเน้นปัจจัย 4 ด้านตามแนวคิดการสร้างแบรนด์พื้นที่ (Place Branding) [12] ดังนี้ ความแตกต่าง (Differentiation) การชูอัตลักษณ์หัตถกรรมกระจุตและปลาตุกร้าให้เป็น 'เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น' ที่ไม่สามารถหาจากแหล่งอื่นได้ ความเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) การเพิ่มมูลค่าด้วยกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มี กูรู (Guru) หรือปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ความภักดี (Loyalty) การบริหารจัดการทัศนียภาพและบรรยากาศให้มีความสุนทรีย์เพื่อรักษาลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง การบอกต่อ (Advocacy) การสร้างประสบการณ์เชิงบวกที่ทรงพลังจนเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ในโลกออนไลน์

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จึงยอมรับสมมติฐานยกเว้นด้านสถานภาพ ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานในด้านสถานภาพ โดยแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลตามแนวคิดของ [13] มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้รับสารจากผู้สังเกตการณ์ (Passive) สู่การเป็น ผู้มีส่วนร่วม (Active) ผ่านกลไกสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเล่าเรื่องผ่านการทำ Content Marketing ที่สร้างแรงบันดาลใจ เช่น การถ่ายทอดประวัติการทำปลาตุกร้า หรือการสืบสานภูมิปัญญาจักสานกระจุตที่มีมายาวนานกว่า 100 ปีการสร้างความผูกพัน (Engagement) โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสร้างปฏิสัมพันธ์ อาทิ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแชร์ประสบการณ์ ลงทำ (Active Participation) ของตนเอง การสร้างกระแสออนไลน์ (Viral Buzz) นำเสนอแง่มุมที่แปลกใหม่และน่าสนใจเพื่อกระตุ้นการสื่อสารต่อในวงกว้างด้วยต้นทุนที่ต่ำ

7. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผล

สำหรับการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ได้ค้นพบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความเห็นต่อองค์ประกอบและส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงความสัมพันธ์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์การยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรชูจุดเด่นของกิจกรรมการสานกระจูดและการล่องเรือให้เป็น กิจกรรมอัตลักษณ์ โดยเน้นรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง สำหรับกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในระดับปานกลาง เช่น การทอผ้าและปลาตุ๊กตา ควรได้รับการพัฒนา ชุดประสบการณ์ใหม่ เพื่อให้น่าสนใจและเข้าถึงได้ง่ายขึ้นสำหรับคนทุกวัย

2. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับกลยุทธ์จาก การบอกต่อ สู่การเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงดิจิทัล โดยการพัฒนาช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มีเนื้อหาที่ทันสมัยและสม่ำเสมอ เพื่อลดช่องว่างการรับรู้และขยายฐานนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ครอบคลุมมากขึ้น

3. ด้านการพัฒนาบุคลากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีการจัดตั้งระบบ การสืบทอดภูมิปัญญาจากปราชญ์ชาวบ้านสู่เยาวชน เพื่อป้องกันการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะทาง พร้อมทั้งเสริมสร้างทักษะการเป็นนักร้องเสียง ให้กับผู้นำเที่ยวและคนในชุมชน เพื่อปรับเปลี่ยนข้อมูลทรัพยากรท้องถิ่นให้เป็นประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจและมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว

4. ด้านการจัดการกระบวนการ ควรยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและความชัดเจนของกระบวนการ โดยจัดทำระบบป้ายสื่อความหมาย และข้อปฏิบัติในการล่องเรือชมธรรมชาติในพื้นที่ชุ่มน้ำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวตามมาตรฐานการท่องเที่ยวสากล

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการเชิงลึกของกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มสตรี ซึ่งเป็นกลุ่มหลักเพื่อออกแบบกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงจุด

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ดังนี้

2.1 การยกระดับประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเสนอให้มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกิจกรรม Workshop ร้อยเรื่องกระจูด โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการให้นักท่องเที่ยวเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์ มาเป็นการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (Active Learning) ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือออกแบบและสานผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองโดยมีปราชญ์ชาวบ้านเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะกลุ่มสตรีและวัยทำงาน ให้เกิดความภาคภูมิใจและเข้าถึงอัตลักษณ์ของตำบลทะเลน้อยได้อย่างลึกซึ้ง

2.2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ยังมีค่าเฉลี่ยในระดับที่ควรพัฒนา ผู้วิจัยจึงเสนอแคมเปญ Check-in ทะเลน้อย ผ่านการทำ Content Marketing บนแพลตฟอร์มสมัยใหม่ เช่น TikTok และ Instagram Reels โดยเน้นการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่สื่อสารเชิงอารมณ์ผ่านสัญลักษณ์ของพื้นที่ เช่น วิถีปลาตุ๊กตาและควายปลัก เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว ให้เกิดกระแสการเดินทางตามรอยสื่อออนไลน์

2.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้เกษียณอายุ (Silver Economy) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยสำคัญถึงร้อยละ 28.5 ผู้วิจัยเสนอโครงการเที่ยวอุ่นใจ ที่เน้นการปรับปรุงป้ายสื่อความหมายให้เป็นระบบ 2 ภาษาเพื่อความเป็นสากล พร้อมทั้งปรับปรุงสภาพแวดล้อมตามหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) เช่น การเพิ่มราวจับและทางลาดในจุดทำกิจกรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและเข้าถึงได้สำหรับคนทุกกลุ่ม

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580)*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- [2] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570)*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- [3] สุตแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- [4] กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล และ ชิดชนก อนันตมงคลกุล. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15(2), 1-15.
- [5] United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2017). *Culture: Future and urban development: Global report on culture for sustainable urban development*. UNESCO.
- [6] เทศบาลตำบลทะเลน้อย. (2560). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 - 2570) เพิ่มเติม (ครั้งที่ 1/2566)*. <https://www.thaleno.go.th/index.php>.
- [7] สิทธิ ธีรสรณ์. (2551). *การสื่อสารทางการตลาด*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [8] สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). *ข้อมูลพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระหว่างประเทศในประเทศไทย: เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย*. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- [9] Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- [10] เสรี วงษ์มณฑา. (2558). กระบวนการการบริหารจัดการตลาดและการสื่อสารการตลาด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 7(2), 1-13.
- [11] องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2562). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard)*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- [12] เสรี วงษ์มณฑา. (2565). การสร้างแบรนด์พื้นที่เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารด้านการจัดการและการท่องเที่ยว*, 10(2), 45–60.
- [13] ชุมนิ เตชคณา. (2565). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 4.0*. กู๊ดคอมมิวนิเคชั่น.