วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม ปี พ.ศ. 2569

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

THE DEVELOPMENT OF A CREATIVE BOAT TOURISM ROUTE ALONG THE THONBURI CANNALS IN BANGKOK FOR INTERNATIONAL TOURISTS

กรองทอง หีบโคกสูง[1] พัชนี แสนไชย[2] ขวัญชัย ช้างเกิด[3] และอารยา วาตะ[4]
Krongthong Heebkhoksung[1] Patchanee Sanchai [2] Khwanchai Changkerd [3] and Araya Wata [4]

[1,3] อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
[2] อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาพยนตร์
[4] อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาแอนิเมชัน เกม และดิจิทัลมีเดีย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

[1,3] Lecturer, Bachelor of Business Administration
Program in Logistics and Supply Chain management
[2] Lecturer, Bachelor of Communication Arts Program in Film
[4] Lecturer, Bachelor of Science Program in Animation, Game and Digital Media
E-mail [1]krongthong.he@bsru.ac.th [2]patchanee.sa@bsru.ac.th [3]khwanchai.cha@bsru.ac.th
[4]araya.wa@bsru.ac.th

Received June 28,2026
Revised August 04,2026
Accepted August 18,2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 3) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด และ 4) เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน รูปแบบเชิงอธิบายตามลำดับ ประกอบด้วย 2 ระยะ ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบ *t*-test และ One-way ANOVA แล้วนำผลที่ได้ไปกำหนดประเด็นการสำรวจภาคสนาม การสังเกตพื้นที่ และการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อบูรณาการข้อมูลในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับครอบครัวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน และวิถีชีวิตริมคลอง โดยสนใจกิจกรรมด้านศาสนา ตลาดชุมชน การล่องเรือ อาหารท้องถิ่น และการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน ด้านส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ขณะที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิภาคส่งผลต่อความคิดเห็นในบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการบูรณาการข้อมูลนำไปสู่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือ

เชิงสร้างสรรค์แบบโปรแกรมระยะสั้น เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว 14 แห่ง โดยคัดเลือกจากความปลอดภัยของท่าเรือ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของคลองฝั่งธนบุรี

คำสำคัญ

เส้นทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางเรือ ส่วนประสมทางการตลาด คลองฝั่งธนบุรี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ABSTRACT

The objectives of this research were to: 1) investigate the tourism behavior of international tourists; 2) examine the marketing mix; 3) analyze the effects of demographic characteristics on perceptions of the marketing mix; and 4) develop a creative boat tourism route along the Thonburi canals in Bangkok for international tourists. An explanatory sequential mixed-methods design was employed, consisting of two phases. The quantitative phase collected data from 400 international tourists using a questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics, independent-samples *t*-test, and one-way ANOVA. The quantitative findings were then used to identify key issues for field surveys, site observations, and tourism potential assessments, which were integrated to develop the proposed tourism route.

The findings revealed that most international tourists traveled with their families to visit historical sites, religious attractions, and the canal-side way of life. They showed interest in religious activities, community markets, boat tours, local cuisine, and learning activities with local communities with local communities. Regarding the marketing mix, Tourists placed the greatest importance on product, followed by price, place, and promotion. Demographic characteristics, including gender, age, educational level, and region of origin, significantly influenced tourists' perceptions of certain marketing mix dimensions. The integration of quantitative and qualitative findings resulted in the development of a a short-duration creative boat tourism itinerary connecting 14 tourist attractions. The destinations were selected based on pier safety, tourism potential, and creative activities, thereby enhancing the creative tourism value of the Thonburi canals.

Keywords

Tourism Route, Boat Tourism, Marketing Mix, Thonburi Canals, International Tourists

ความสำคัญของปัญหา

คลองฝั่งธนบุรีสะท้อนพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของกรุงเทพมหานคร ผ่านชุมชนริมน้ำ วัด โบราณสถาน ตลาด และแหล่งเรียนรู้ที่ยังคงผูกพันกับสายน้ำ จึงมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มุ่งสร้างประสบการณ์ผ่านการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่เพียงอย่างเดียว (Richards & Raymond, 2000; UNESCO, 2006) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน (UNCTAD, 2010; UNWTO, 2023) อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มแสวงหาประสบการณ์ท้องถิ่นมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มระยะเวลาการพำนัก กระตุ้นการใช้จ่าย และกระจายรายได้สู่ชุมชน (Richards, 2011; UNWTO, 2023)

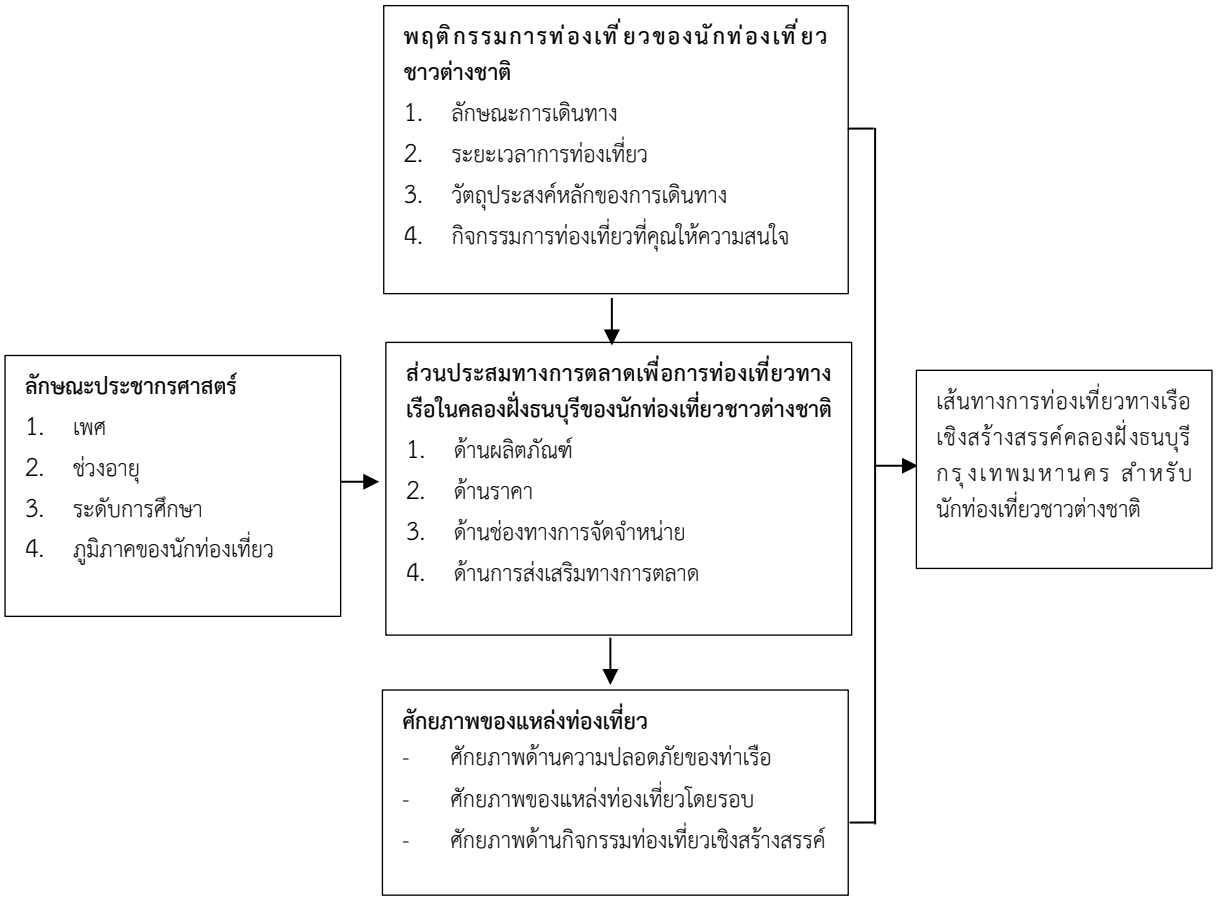
จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพของจุดแวะท่องเที่ยวแยกจากกัน ทั้งที่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องบูรณาการปัจจัยเหล่านี้ร่วมกัน โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสะท้อนความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาดกำหนดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเข้าถึง ขณะที่ศักยภาพของจุดแวะใช้คัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้น ช่องว่างของงานวิจัยนี้ คือ การขาดแนวทางบูรณาการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพของจุดแวะท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ งานวิจัยนี้จึงบูรณาการปัจจัยดังกล่าวเพื่อออกแบบเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตชุมชนริมคลองฝั่งธนบุรี อันนำไปสู่การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาศักยภาพและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวคลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

นิยามศัพท์

เส้นทางการท่องเที่ยว (Tourism Route) หมายถึง เส้นทางหรือแนวทางการเดินทางที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง สะดวก และครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

การท่องเที่ยวทางเรือ (Boat Tourism) หมายถึง รูปแบบการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยวที่ใช้เรือเป็นพาหนะหลัก

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้ เพื่อกระตุ้นให้บริโภคเกิดความต้องการในสิ่งที่องค์กรธุรกิจนำเสนอ ประกอบด้วยสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

คลองฝั่งธนบุรี (Canals in Thonburi) หมายถึง เครือข่ายลำคลองเก่าแก่ที่เชื่อมโยงกับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมเอาไว้ คลองสายสำคัญ เช่น คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และคลองภาษีเจริญ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (International Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางออกจากประเทศที่ตนมีถิ่นพำนักถาวร ไปยังอีกประเทศหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards (2011) เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการร่วมสร้างประสบการณ์(Co-creation) ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ผ่านการเรียนรู้และสร้างคุณค่าร่วม ซึ่งสอดคล้องกับศรัญญู จันทร์วงศ์ และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2565) ที่ระบุว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วม การเข้าถึง และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ ธนาศิลป์ ทองสมจิตต์ และนุชษรา ติเยาว์ (2569) ใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) พัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬาทางน้ำให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ แต่ยังมุ่งพัฒนากิจกรรมเฉพาะมากกว่าการออกแบบเส้นทางในภาพรวม นอกจากนี้ UNESCO (2006) เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงและการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย และคณะ (2566) ที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ของพื้นที่ และการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมเป็นหลัก ขณะที่การออกแบบเส้นทาง เช่น การคัดเลือกจุดท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกิจกรรมยังควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด Middleton และ Clarke (2001) อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการเข้าถึง และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ยังมุ่งเน้นมิติการตลาดมากกว่าการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่คำนึงถึงศักยภาพพื้นที่ อัตลักษณ์ชุมชน และความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว สุชาดา ธโนภานุวัฒน์ (2564) เสนอว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรบูรณาการศักยภาพของพื้นที่ ความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด ขณะที่ ธีรพร ทองขะโชค และศันสนีย์ จันทร์อานุภาพ (2568) พบว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ร่วมกับกิจกรรมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้น การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรบูรณาการแนวคิดการตลาดกับการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่และการออกแบบเส้นทางเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

แนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยว พรฟ้า สุทธิคุณ (2567) อธิบายแนวคิดของ วาโร เพ็งสวัสดิ์ ว่าการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวควรดำเนินการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ การออกแบบเส้นทาง การทดลองใช้และประเมินผล และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เส้นทางสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ขณะที่ สุถี เสริฐศรี (2568) เสนอว่าการพัฒนาเส้นทางโดยชุมชนควรคำนึงถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรม การบริการ การบริหารจัดการ และการตลาด เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวยังมุ่งเน้นศักยภาพของพื้นที่มากกว่ากระบวนการออกแบบเส้นทาง สอดคล้องกับ พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฎ์ และคณะ (2568) ที่พบว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้องอาศัยการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความร่วมมือของภาคีเครือข่ายในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาเส้นทางตามแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะด้าน จึงควรบูรณาการการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่กับการออกแบบเส้นทาง เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบ *t*-test และ One-way ANOVA

ระยะที่ 2 การประเมินศักยภาพพื้นที่เชิงคุณภาพ โดยใช้การสำรวจภาคสนาม การสังเกตพื้นที่ และการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาบูรณาการในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวคลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรการคำนวณของ Cochran (1977) สำหรับประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และมีขนาดตัวอย่างที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Yamane (1967) ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความสมัครใจในการให้ข้อมูล โดยเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ที่เหมาะสมกับการศึกษาประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการกาหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คุณให้ความสนใจ

2. ส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางเรือในคลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยภายใต้กรอบส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวทางเรือในคลองฝั่งธนบุรี โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด) และ 4) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เครื่องมือได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.667–1.000 และตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.962 ซึ่งผ่านเกณฑ์และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ศักยภาพและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในพื้นที่คลองฝั่งธนบุรี ครอบคลุมชุมชน

แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือ ควบคู่กับการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารชุมชน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ และสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือคลองฝั่งธนบุรี เพื่อใช้วิเคราะห์ศักยภาพและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมมาโดยตรงจากการลงพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทางเรือในคลองฝั่งธนบุรี และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารของหน่วยงานภาครัฐ และแหล่งข้อมูลออนไลน์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาและการวิเคราะห์ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยเป็นการอธิบายและสรุปในลักษณะของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้สถิติแบบ *t*-test (Independent Sample *t*-test) ร่วมกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยนำมาจัดระเบียบและบันทึกเป็นข้อมูลภาคสนาม (Field Notes) จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การสำรวจภาคสนาม การสังเกตพื้นที่ และการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาบูรณาการในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ จากนั้นบูรณาการผลการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนเพื่อสรุปข้อค้นพบและใช้ในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรีอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ในคลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.75 มีช่วงอายุ 20–30 ปี ร้อยละ 44.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48.25 ภูมิภาคยุโรป ร้อยละ 58.25

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลักษณะการเดินทางร่วม		
ครอบครัว	213	53.25
เพื่อน	135	33.75
เดินทางคนเดียว	35	8.75
เพื่อนร่วมงาน	17	4.25
ระยะเวลาการท่องเที่ยว		
1–3 วัน	68	17.00
4–7 วัน	132	33.00
8–14 วัน	120	30.00
มากกว่า 14 วัน	80	20.00
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง		
เพื่อเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์หรือมรดกทางวัฒนธรรม	130	32.50
เพื่อชมทัศนียภาพและวัฒนธรรม	128	32.00
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	110	27.50
เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	22	5.50
การทำงานควบคู่กับการท่องเที่ยว	10	2.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางร่วมกับครอบครัว จำนวน 213 คน (ร้อยละ 53.25) ระยะเวลาการท่องเที่ยว 4 - 7 วัน จำนวน 132 คน (ร้อยละ 33.00) และวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์หรือมรดกทางวัฒนธรรม จำนวน 130 คน (ร้อยละ 32.50)

ตารางที่ 2 จำนวนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจ

กิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวศาสนสถาน ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	200	26.28
ท่องเที่ยวตลาดน้ำ/ตลาดชุมชน	172	22.60
ล่องเรือท่องเที่ยวชมบรรยากาศ	126	16.56
รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	125	16.42
กิจกรรมเรียนรู้ เช่น ทำงานศิลปะ งานหัตถกรรม ทำอาหารและขนมไทย	76	9.99
กิจกรรมเกี่ยวกับการแสดง/ดนตรี เช่น การแสดงหุ่นละคนเล็ก ฟังดนตรีเล่นดนตรีไทย	54	7.10
อื่น ๆ	8	1.05
รวม	**761**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่า 1 กิจกรรม

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจท่องเที่ยวศาสนสถาน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จำนวน 200 คน รองลงมา ท่องเที่ยวตลาดน้ำ/ตลาดชุมชน จำนวน 172 คน

3. ส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางเรือในคลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ส่วนประสมการตลาดทางการท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	4.16	0.88	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการ รีวิวที่ดีจากช่องทางต่าง ๆ	4.24	0.77	มากที่สุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น ศาสนสถาน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลาดน้ำ/ตลาดชุมชน Workshop ร้านอาหาร เป็นต้น	4.36	0.78	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.25**	**0.81**	**มากที่สุด**
ด้านราคา			
1. ราคาค่าท่องเที่ยวทางเรือ มีความเหมาะสม	4.21	0.85	มากที่สุด
2. ราคาร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.28	0.82	มากที่สุด
3. มีการแจ้งรายละเอียดราคาที่ชัดเจน	4.16	0.89	มาก
ภาพรวม	**4.22**	**0.85**	**มากที่สุด**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. ท่านสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้ จากหลายช่องทาง เช่น ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	4.15	0.79	มาก
2. ช่องทางการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความ สะดวก และใช้งานง่าย	4.17	0.76	มาก
3. ป้ายบอกทางชัดเจนขณะเดินทาง	4.15	0.86	มาก
ภาพรวม	**4.16**	**0.80**	**มาก**
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด			
1. มีโปรโมชั่นดึงดูด	3.99	0.84	มาก
2. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และ Influencer หลากหลายช่องทาง เช่น Facebook IG YouTube เป็นต้น	4.01	0.83	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการท่องเที่ยวทาง เช่น โทรทัศน์ที่น่าสนใจหรือสื่อ Social เป็นต้น	4.17	0.82	มาก
ภาพรวม	**4.06**	**0.83**	**มาก**

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางเรือในคลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.25, S.D.=0.81) 2) ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=0.85) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.16, S.D.=0.80) และ 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.06, S.D.=0.83)

ผลการศึกษาจากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ ตลาดชุมชน อาหาร

และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เข้าด้วยกัน ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคา ความสะดวกในการเข้าถึง และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกจุดแวะและออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวและศักยภาพของพื้นที่

4. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางเรือ คลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ต่อส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวทางเรือคลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวทางเรือคลองฝั่งธนบุรี	ลักษณะประชากรศาสตร์							
	เพศ		ช่วงอายุ		ระดับการศึกษา		ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	
	t	*p*	*F*	*p*	*F*	*p*	*F*	*p*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-2.604	0.010	0.901	0.463	1.453	0.227	0.912	0.435
2. ด้านราคา	1.066	0.287	1.881	1.881	2.123	0.097	2.126	0.096
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.760	0.448	2.081	0.083	1.508	0.212	4.388	0.005
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	-1.543	0.124	5.303	0.000	5.562	0.001	4.269	0.006

จากตารางที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวทางเรือคลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

ลักษณะประชากรศาสตร์ เพศและส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 (p = 0.010) นั้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันตามเพศ

ลักษณะประชากรศาสตร์ ภูมิภาคของนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 (p = 0.005) นั้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 (p ช่วงอายุ = 0.000 ระดับการศึกษา = 0.001 ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว = 0.006) นั้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันตาม ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

5. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานครสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรีควรมุ่งเน้นการเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และมีส่วนร่วมกับพื้นที่ โดยผลการสำรวจในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า คลองฝั่งธนบุรีมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ แต่เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตริมคลอง และกิจกรรมสร้างสรรค์ของชุมชน และผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในตารางที่ 3 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีบทบาทต่อความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล การเดินทาง และการสื่อสารคุณค่าของเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านพฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด การสำรวจภาคสนาม และการสังเกตพื้นที่ มาสังเคราะห์เพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการคัดเลือกจุดแวะในเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรี ทั้งนี้กำหนดการประเมินศักยภาพ 3 ด้าน ประกอบด้วย

ศักยภาพด้านความปลอดภัยของท่าเรือ เป็นหนึ่งในเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากท่าเรือเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการเดินทางทางน้ำกับกิจกรรมการท่องเที่ยวบนบก จึงพิจารณาความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างท่าเรือ ความปลอดภัยของพื้นที่ขึ้น – ลงเรือ ความสะดวกในการเข้าใช้งาน รวมถึงสภาพแวดล้อมโดยรอบที่เอื้อต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย ท่าเรือควรมีโครงสร้างที่ได้มาตรฐาน มีพื้นทางเดินที่มั่นคง ไม่ลื่น มีระดับความสูงที่เหมาะสมกับการขึ้น – ลงเรือ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เช่น ราวจับ ป้ายแสดงข้อมูลหรือคำเตือน และแสงสว่างที่เพียงพอ นอกจากนี้ ควรมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอและสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และยกระดับคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำ จุดแวะที่มีท่าเรือปลอดภัยไม่เพียงส่งผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มมาตรฐานการให้บริการ สนับสนุนการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคลองฝั่งธนบุรีในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบเป็นปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกจุดแวะในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและเพิ่มระยะเวลาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ การประเมินศักยภาพจึงพิจารณาจากความหลากหลาย ความโดดเด่น และความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงท่าเรือ แหล่งท่องเที่ยวโดยรอบประกอบด้วยชุมชนท้องถิ่น ตลาด วัด แหล่งเรียนรู้ พื้นที่สร้างสรรค์ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ โดยทรัพยากรเหล่านี้ควรอยู่ในระยะที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินเท้าหรือเข้าถึงได้อย่างสะดวกจากท่าเรือ เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางทางน้ำกับ

กิจกรรมการท่องเที่ยวบนบกได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวโดยรอบควรมีศักยภาพในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสาธิตงานหัตถกรรม การชิมอาหารพื้นถิ่น การเยี่ยมชมตลาดชุมชน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการเยี่ยมชมเพียงอย่างเดียวไปสู่การเรียนรู้และการมีส่วนร่วม จุดแวะที่มีแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบที่หลากหลายและมีศักยภาพจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจของเส้นทางการท่องเที่ยว กระจายการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกจุดแวะในเส้นทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาความสามารถของพื้นที่ในการพัฒนากิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และวัฒนธรรมร่วมกับคนในชุมชน อาทิ การสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่น การทดลองประกอบอาหารพื้นถิ่น การเรียนรู้งานหัตถกรรม การเยี่ยมชมแหล่งเรียนรู้ หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน โดยกิจกรรมดังกล่าวควรสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีความโดดเด่น แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ โดยมุ่งสร้างคุณค่าทางการเรียนรู้ควบคู่กับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งยังช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว เพิ่มระยะเวลาการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความสนใจของนักท่องเที่ยวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์คลองฝั่งธนบุรีในรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้น (Excursion) โดยคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีศักยภาพในการพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ตลาดชุมชน แหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม และแหล่งอาหารท้องถิ่น ซึ่งเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยเส้นทางคมนาคมทางน้ำ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องและสะท้อนอัตลักษณ์ของคลองฝั่งธนบุรี ผลการคัดเลือกได้แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 14 แห่ง ได้แก่ วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดหงส์รัตนาราม ราชวรวิหาร วัดประดิษฐาราม (วัดมอญ) วัดสังข์กระจายวรวิหาร วัดอินทารามวรวิหาร วัดราชคฤห์วรวิหาร ตลาดพลู วัดปากน้ำภาษีเจริญ วัดประดู่ฉิมพลี วัดกำแพงบางจาก ตลาดชุมชนคลองบางหลวง บ้านศิลปินคลองบางหลวง และวัดคูหาสวรรค์วรวิหาร ดังแสดงในภาพที่ 2 โดยแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่งครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ศาสนาและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน การล่องเรือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและสนับสนุนการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของคลองฝั่งธนบุรี



ภาพที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
ที่มา: ChatGPT, 2026

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลาดชุมชน และการล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง โดยให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิภาคของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ พบว่าคลองฝั่งธนบุรีมีความพร้อมทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของท่าเรือ และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ จึงนำไปสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจำนวน 14 แห่ง เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

การอภิปายผลการวิจัย ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ และทัศนียภาพชุมชนริมคลอง สะท้อนว่าคลองฝั่งธนบุรีมิใช่เพียงพื้นที่ทางกายภาพแต่เป็นพื้นที่ที่ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ Bourdieu (1986) ที่เสนอว่าทุนเชิงสัญลักษณ์และทุนทางสังคมสามารถแปรเปลี่ยนเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ขยายแนวคิดดังกล่าวโดยชี้ว่าอัตลักษณ์ของพื้นที่เมืองเก่าริมน้ำเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ผู้คน และเรื่องเล่า ซึ่งเป็นพื้นฐานของการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับ

Richards (2018) และ Duxbury et al. (2021) ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์เฉพาะพื้นที่และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้งานวิจัยนี้เพิ่มเติมมิติด้านการออกแบบเส้นทาง (Route Design) โดยเสนอว่าการเชื่อมโยงศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ตลาดชุมชน และกิจกรรมสร้างสรรค์สามารถเปลี่ยนทรัพยากรให้เป็นระบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญสูงสุด โดยเฉพาะความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สะท้อนว่าคุณค่าของคลองฝั่งธนบุรีเกิดจากภาพรวมของประสบการณ์ตลอดเส้นทาง มากกว่าสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สอดคล้องกับ Kotler et al. (2017) ที่มองผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นองค์รวมของประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้เสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเริ่มจากการจัดการคุณค่าของทรัพยากรพื้นที่ ก่อนการส่งเสริมการตลาด โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการบริหารจัดการร่วม (Collaborative Governance) อย่างยั่งยืน

ผลการประเมินศักยภาพพื้นที่พบว่า แหล่งท่องเที่ยว 14 แห่งสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นระบบ แตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา ที่มักประเมินแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายพื้นที่ โดยงานวิจัยนี้เสนอการมองคลองฝั่งธนบุรีเป็น ระบบเครือข่ายการท่องเที่ยว (Tourism Network System) ที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม การเดินทาง และการมีส่วนร่วมของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิด Place-based Tourism Development (OECD, 2022) ในเชิงปฏิบัติ ผลการศึกษาชี้ว่าหน่วยงานภาครัฐ กรุงเทพมหานคร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถใช้แนวทางการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือพัฒนาพื้นที่ โดยเน้นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมร่วมกับชุมชน และการบริหารจัดการเส้นทางอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ชุมชนสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมสร้างรายได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำควรปรับมุมมองจากคลองเพื่อการเดินทางสู่คลองเพื่อการสร้างประสบการณ์ โดยบูรณาการด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจชุมชนตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (UNWTO, 2023)

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ (Contribution) 3 ประการ ได้แก่ 1) เพิ่มองค์ความรู้ด้านพฤติกรรม ความต้องการ และส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองฝั่งธนบุรี 2) เสนอแนวทางการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ที่บูรณาการข้อมูลนักท่องเที่ยว การตลาด และศักยภาพพื้นที่ และ 3) เสนอรูปแบบการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือระยะสั้น (Excursion) ที่สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำในพื้นที่คลองอื่น ๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

ธนาศิลป์ ทองสมจิตต์ และนุชษรา ติเยาว์. (2569). การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวกีฬาทางน้ำเชิงสร้างสรรค์พื้นที่เมืองเก่าริมน้ำสองแคว-แม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและนวัตกรรมสุขภาพ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งประเทศไทย*, 5(1), 115–127.

ธีรพร ทองขะโชค, และศันสนีย์ จันทร์อานุภาพ. (2568). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนปากบารา. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(4), 73–88.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ, และภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี และลพบุรี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 19(1), 37–73.

พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฏ์, พีรภัทร สงวนศิลป์, คู่ขวัญ แสงศิริ, และอรรถพล รอดแก้ว. (2568). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท่าชัย-ศรีสัชนาลัย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(3), 229–243.

พรฟ้า สุทธิคุณ. (2567). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดทฤษฎีของวาโร เพ็งสวัสดิ์. *วารสารวิชาการการพัฒนาท้องถิ่น วิทยาลัยชุมชนพังงา*, 1(1), 14-25.

ศรัญญู จันทร์วงศ์ และ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2565). ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา : ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัย และงานสร้างสรรค์*, 9(2), 94-110.

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์. (2564). แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 15(1), 131-150.

สุถี เสริฐศรี, อัจฉรา ศรีลาชัย, และพงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร. (2568). การศึกษาศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนศิลาเพชร อำเภอปัว จังหวัดน่าน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 7(3), 88–104.

Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education. Greenwood Press.

ChatGPT. (2026). *เส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือเชิงสร้างสรรค์ คลองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร.* https://chat.openai.com/chat

Duxbury, N., Bakas, F. E., & Vinagre de Castro, T. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2–19.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. 17th Edition. Pearson Education.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. 7th Edition. Pearson.

Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism*. 3rd Edition. Butterworth-Heinemann.

OECD. (2022). *Culture and local development: Maximising the impact***.** OECD Publishing.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management,* 36, 12–21.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. ATLAS News, 23, 16–20.

UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy: A feasible development option***.** United Nations Conference on Trade and Development.

UNESCO. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism*. In *Discussion Report of the Planning Meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico, United States.

UNWTO. (2023). *Tourism and sustainable development goals report***.** World Tourism Organization

ประวัติแนบท้ายบทความ

	**Name and Surname:** Krongthong Heebkhoksung **Highest Education:** Ph.D. Logistics **University or Agency:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University **Field of Expertise:** Business Management, Logistics and Supply Chain Management **Address:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University, 1061 Itsaraphap Road, Soi 15, Hiranruchi, Thonburi, Bangkok 10600, Thailand
	**Name and Surname:** Patchanee Sanchai **Highest Education:** Ph.D. Culture-Based Design Arts **University or Agency:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University **Field of Expertise:** Film, Culture-Based Design Arts **Address:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University, 1061 Itsaraphap Road, Soi 15, Hiranruchi, Thonburi, Bangkok 10600, Thailand
	**Name and Surname:** Khwanchai Changkerd **Highest Education:** Master of Business Administration **University or Agency:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University **Field of Expertise:** Business Management, Logistics and Supply Chain Management **Address:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University, 1061 Itsaraphap Road, Soi 15, Hiranruchi, Thonburi, Bangkok 10600, Thailand
	**Name and Surname:** Araya Wata **Highest Education:** Ph.D. Culture-Based Design Arts **University or Agency:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University **Field of Expertise:** Animation, Game **Address:** Bansomdejchaopraya Rajabhat University, 1061 Itsaraphap Road, Soi 15, Hiranruchi, Thonburi, Bangkok 10600, Thailand