



การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม



กฤษกร เพ็ชรเสนา

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของ
วรรณกรรม"

ของ กุณฑล เพ็ชรเสนา

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.จารุวรรณ แดงบุปผา)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม
ผู้วิจัย	กฤษฏา เพ็ชรเสนา
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ตาบเพชร
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2564
คำสำคัญ	การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์, แรงบันดาลใจ, การรับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เพื่อศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่รวม 42 คน พื้นที่ศึกษาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยายและแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่าแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประกอบด้วย 1) สร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ 2) สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ 3) สร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม) 4) สร้างแรงบันดาลใจ และ 5) นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ ในการศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์พบว่าคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ต้องการส่งมอบให้ คือ ด้านสุนทรียรส การยอมรับ การเข้าร่วม ความประทับใจ ความแปลกใหม่ ประสบการณ์เสมือนจริงและความชื่นชอบสำหรับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คือ 1) นำจุดเด่นของวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองกับ

จินตนาการของนักท่องเที่ยว 3) ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว



Title	THE DEVELOPMENT OF FILM TOURISM DESTINATION WITH THE INSPIRATION FROM LITERARY VALUE
Author	KUNTOL PETCHSENA
Advisor	Assistant Professor Siripen Dabphet, Ph.D.
Academic Paper	Ph.D. Dissertation in Tourism Management - (Type 2.1), Naresuan University, 2021
Keywords	Film Tourism, Inspiration, The Inspiration from Literary Value, Experiential Perceived Value

ABSTRACT

The objectives were to examine the inspiration of literatures in creating film tourism destinations, to study the experiential values in film tourism destinations and to provide guidelines for the development of film tourism destinations with the inspiration from literary value. Qualitative research method was used in this study and in-depth interviews were conducted with 42 participants who belong to target groups of government officials and local people from 3 types of film tourism destinations: real places, fictional places, and built places. Typological analysis and content analysis were used to analyze the data.

The results of the study provide evidence, suggesting that the inspiration of literatures in creating film tourism destinations were 1) creating destination identity 2) creating learning environment 3) creating tourist attractions (theme) 4) creating inspiration and 5) providing tourism experiences to satisfy tourists' fantasy. In addition, experiential value found in the study were hedonics, recognition, participation, impression, novelty, virtual reality and admiration. The guidelines of film tourism destination development were 1) use the strengths of literature presented through movies/tv series to create a unique identity for destinations 2) develop tourism destinations to meet tourists' imagination and 3) cooperation of

tourism stakeholders in destinations.



ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ตาบเพชร ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ต่อสู้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ อันประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ดร.เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ และดร.จากรุวรรณ แดงบุบผา กรรมการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ และทรงคุณค่า

ขอบพระคุณเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสงและผู้ประกอบการ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” จังหวัด นครสวรรค์ เจ้าหน้าที่สำนักงานเทศบาลตำบลสุนทรภู่ และผู้ประกอบการบริเวณโดยรอบ “อนุสาวรีย์ สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง รวมถึง เจ้าหน้าที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ผู้ประกอบการ กลุ่มผู้บริหารและจิตอาสา-ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน-สิงห์บุรี เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้ ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ สำหรับ การทำการวิจัยในครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณมารดา และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้การ สนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแต่ผู้มี พระคุณทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมและผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

กฤษพล เพ็ชรเสนา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุณูปการ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	5
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์.....	11
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์.....	24
แรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์...28	
คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์.....	33
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	36
สรุป.....	37

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
การออกแบบการวิจัย	39
วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
สรุป.....	46
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	47
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 แรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้าง แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์.....	47
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์.....	58
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม.....	76
สรุป.....	87
บทที่ 5 บทสรุป.....	88
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผล	90
สรุปกรอบแนวคิดการวิจัย	99
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะ (Recommendations) ในการวิจัยครั้งต่อไป.....	101
บรรณานุกรม.....	102

ภาคผนวก..... 112

ประวัติผู้วิจัย 144



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (1)	15
ตาราง 2 แสดงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (2)	16
ตาราง 3 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม	18
ตาราง 4 แสดงแรงจูงใจในการเดินทางตามรอยภาพยนตร์	25
ตาราง 5 แสดงปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	27
ตาราง 6 แสดงคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	35
ตาราง 7 แสดงรายละเอียดเจ้าหน้าที่ภาครัฐ	42
ตาราง 8 แสดงรายละเอียดประชาชนในพื้นที่	43
ตาราง 9 แสดงแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์	48
ตาราง 10 แสดงแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์	91

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ประเภทของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	14
ภาพ 2 องค์ประกอบของแรงบันดาลใจ.....	30
ภาพ 3 แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์	31
ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย	36
ภาพ 5 การออกแบบการวิจัย.....	39
ภาพ 6 แสดงสรุปกรอบแนวคิด	99



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Film Tourism หรือ Movie-induced Tourism หรือ Film-induced Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop Culture) ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ละคร ภาพยนตร์ และสารคดี มาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่ได้รับการกล่าวถึงและ/หรือได้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สื่อต่าง ๆ ได้นำเสนอ (Radomskaya, 2020) กระแสนิยมทางวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกนำมาใช้เป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” ในหลากหลายรูปแบบรวมถึงการท่องเที่ยวที่ได้นำวรรณกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น การนำเสนอถึงกระบวนการบริโภค (Consumption) การผลิต (Production) การผลิตซ้ำ (Reproduction) การทำให้เป็นสินค้า (Commodification) การเปลี่ยนแปลง (Transformation) การสื่อสาร (Communication) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ของวรรณกรรมสำหรับการท่องเที่ยว สอดคล้องกับความคิดเห็นของ กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2559) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มรู้สึกว่าการเดินทางเพียงเพื่อไปชมบ้านเมืองหรือชมธรรมชาติเป็นรูปแบบที่ไม่อาจตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนของนักท่องเที่ยวได้อีกต่อไป การได้เดินทางไปยังสถานที่ที่โดดเด่นซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรม ภาพยนตร์ เพลง หรือสื่ออื่น ๆ สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจได้มากกว่า ดังคำกล่าวของ Clifford (1997) ว่า การเดินทางไปยังสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มี “ความน่าตื่นเต้น จรรโลงใจที่สามารถนำเสนอรูปแบบประสบการณ์อีกด้านหนึ่งที่ทำให้เกิดความพอใจเพิ่มมากขึ้น” จากเหตุผลดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบของ “ย้อนรอยภาพยนตร์/ละครดัง” เป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของ “ย้อนรอยภาพยนตร์/ละครดัง” ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ที่ถ่ายทำละคร เช่น ประเทศเกาหลีใต้ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการใช้ภาพยนตร์โทรทัศน์ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มแฟนละครให้เดินทางเข้าไปเที่ยวในเส้นทางตามรอยความประทับใจจากละคร ทำให้การท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่ซบเซาลงในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจสามารถกลับฟื้นขึ้นมาได้อีกในปี 2547 หรือในประเทศไทยเองนั้นการเที่ยวตามรอยละคร “บุพเพสันนิวาส” ช่วยให้การท่องเที่ยวของจังหวัดอยุธยาและลพบุรีโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งนอกจากจะมีนักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวอยุธยา (โดยเฉพาะที่วัดไชยวัฒนาราม) เพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังเพิ่มกระแสตาม

รอยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมด้วยการแต่งกายย้อนยุคในการเที่ยวชมสถานที่นั้น ๆ Tetley, & Bramwell (2002) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวมีหลายเหตุผลในการเลือกมาเที่ยวตามสถานที่หรือตามรอยฉากในนิยาย และโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักถูกกระตุ้นโดยฉากที่สำคัญในนิยายที่ผู้เขียนจัดขึ้นมาโดยอาจจะไม่ได้ตั้งใจหรือใช้แรงบันดาลใจมากนัก เช่น ในนิยายของ Scott Fitzgerald เรื่อง Tender is the Night ตีพิมพ์ในปี 1934 บรรยายถึง French Riviera ในช่วงฤดูร้อนของ Mediterranean ทำให้ในช่วงฤดูดังกล่าวจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวมาก

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวและวรรณกรรมมีการเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ดังที่ สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์ (2563) ได้กล่าวไว้ใน “วรรณกรรมกับการท่องเที่ยว: เศรษฐกิจ (การท่องเที่ยว) สร้างสรรค์จากฐานรากวัฒนธรรม” ว่า “ปัจจุบันยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรม (Soft Power) ถูกนำมาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของขีดความสามารถของแต่ละประเทศและยังถือเป็นแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่เรียกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อันเป็นแนวความคิดพัฒนาเศรษฐกิจที่ถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศของหลาย ๆ ประเทศ” ดังนั้นวรรณกรรมที่โดดเด่นในพื้นที่หรือวรรณกรรมที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นวรรณคดีที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมักจะถูกนำมาดัดแปลงเพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดการใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของ Mike Robinson, & Hans Christian Andersen (2004 อ้างถึงใน อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี, และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 2558) คือ การใช้ข้อมูลของกวีหรือนักประพันธ์ สถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของความเป็นของแท้และดั้งเดิม ตัวละคร หรือตัวเอกของเรื่องซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และ วัฒนธรรม ประเพณีที่ปรากฏในวรรณกรรม เป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว

สำหรับประเทศไทยนั้นได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถทางวัฒนธรรมเป็นอันดับต้น ๆ ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น การดัดแปลงใช้ทรัพยากรทางวรรณกรรมของประเทศไทยผ่านวิธีการของการท่องเที่ยวจึงถือเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ การดัดแปลงวรรณกรรมที่มีความโดดเด่นเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการเชื่อมโยงตลอดจนวิเคราะห์อิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งทอดถึงกันในลักษณะของสหวิทยาการแล้วดัดแปลงเป็นการท่องเที่ยวตามบริบทปัจจุบัน โดยสามารถดำรงเนื้อหาสำคัญหรือสื่อความหมายถึงความโดดเด่นของวรรณกรรมนั้น ๆ ได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งสังคมไทยเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมทำให้ในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละชุมชนในสังคมไทยล้วนมีเรื่องเล่า นิทาน ตำนาน รวมทั้ง ประวัติศาสตร์ของชุมชนที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของกลุ่มคนในพื้นที่

ทั้งนี้ภาพยนตร์/ละครหลากหลายเรื่องที่ถูกนำมาสร้างนั้นก็ได้รับอิทธิพลจากวรรณกรรมทั้งบทกวี นวนิยาย ประวัติศาสตร์ ที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านอยากเห็นภาพเสมือนจริงของเรื่องราวเหล่านั้นจนเรียกร้องให้มีการสร้างเป็นละคร/ภาพยนตร์ หรือผู้จัดละคร ผู้กำกับ มีความชื่น

ชอบในวรรณกรรมนั้น ๆ จนสร้างภาพขึ้นงานนั้น ๆ ให้มีชีวิตขึ้นมา กล่าวได้ว่าได้รับแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม (The Inspiration from Literary Value) ซึ่งหมายถึง การที่ผู้ประพันธ์ถ่ายทอดอารมณ์มายังผู้อ่าน และผู้อ่านตีความวรรณกรรมนั้น ๆ ออกมา เช่น อารมณ์โศก อารมณ์รัก อารมณ์โกรธ เคียดแค้น ส่งผลให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างงานในศาสตร์ต่าง ๆ ตามการสรรค์สร้างของผู้อ่าน เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่นำเอาเรื่องราวจากวรรณกรรมมาใช้ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว (Radomska, 2020) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นถึงความเชื่อมโยงบางอย่างของวรรณกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละคร และอาจกล่าวได้ว่าวรรณกรรมเป็นผู้เบิกทางแก่การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Connell, 2012) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครหลายแห่งมีพื้นฐานมาจากความโด่งดังของวรรณกรรม (นวนิยาย) ที่ถูกนำมาดัดแปลงเป็นภาพยนตร์/ละคร และเมื่อวรรณกรรมเหล่านั้นถูกดัดแปลงเป็นภาพยนตร์/ละครทำให้เกิดนักท่องเที่ยวตามรอยไปยังสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์หรือละคร โดยนักท่องเที่ยวจะออกตามรอยกวีหรือนักประพันธ์ ตัวละคร ฉากในเรื่องวิถีชีวิตของตัวละครในเรื่อง สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งจึงมีทั้งนักท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมและนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละคร

อย่างไรก็ตาม การดัดแปลงวรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการท่องเที่ยวอันเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้นลำพังเพียงแค่เนื้อหาของวรรณกรรมอย่างเดียวจึงยังไม่เพียงพอ ทำให้จำเป็นต้องใช้วิธีการทางด้านการตลาดและการสื่อสารให้เหมาะสมกับปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำความเข้าใจองค์ประกอบของเรื่องเล่า คือ โครงเรื่อง กลวิธีการเล่าเรื่อง ตัวละคร ฉาก และแนวคิด (อิรวดี ไตลังคะ, 2543) และนำเอาหลักการของศิลปะการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่ต้องเข้าใจเรื่อง วิธีการสื่อสาร และเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย มาดัดแปลงใช้ประโยชน์ (สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์, 2563) ตลอดจนต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่ง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครบางแห่งนั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้เพียงแค่ว่าในระยะเวลาสั้น ๆ (Hoppen, Brown, & Fyall, 2014; Watson, 2006) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รู้จักเพียงแค่ว่าคนในประเทศหรือได้รับความนิยมเฉพาะเมื่อละคร/ภาพยนตร์นั้น ๆ ออกฉาย เช่น ในปี พ.ศ. 2561 บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” มีนักท่องเที่ยวตามรอยละครไปเที่ยวชมสถานที่เป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่ตามรอยละครได้ลดลงเป็นจำนวนมากเช่นกัน เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่ง เช่น โรงภาพยนตร์พระนครพร้อมมิตรสตูดิโอ จากภาพยนตร์เรื่อง “ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช” โรงเรียนเรือนแพ จังหวัดลำพูน จากภาพยนตร์เรื่อง “คิดถึงวิทยา” รวมทั้งสถานที่ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากภาพยนตร์เรื่อง “ตุ๊กแกรักแป้งมาก” ตลอดจนเชียงใหม่ กระเจาน จังหวัดเพชรบุรี จากภาพยนตร์เรื่อง “สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก” อำเภอท่าใหม่ และอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี จากภาพยนตร์เรื่อง “Snap แค่นี้ก็คิดถึง” ที่ประสบกับปัญหาเช่นเดียวกับ

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อื่น ๆ ที่ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์บางแห่ง เช่น แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งใน สหราชอาณาจักรเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ทั้งบ้านเชคสเปียร์ สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์แฮรี่ พ็อตเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมอย่างสม่ำเสมอ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังถูกนำไประบุไว้ในหนังสือแนะนำเที่ยว แผนที่ทางหลวง และนำมาทำเป็นของที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อเป็นของฝากของที่ระลึกได้ (Herbert, 2001; Watson, 2006) แสดงให้เห็นถึงปัญหาด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครระดับท้องถิ่นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอ

นักวิชาการหลายท่าน (Bidaki, & Hosseini, 2014; Cosma, Pop, & Negrusa, 2007; Driscoll, 2018; Jiang, & Xu, 2006; Jin, Lee, & Lee, 2015; Young, 2015) ได้เสนอแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมโดยเห็นว่า ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมให้เกิดความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องมีความเข้าใจในด้านกลยุทธ์ การวางแผน และลักษณะการดำเนินการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงบทบาทของวรรณกรรมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องในสถานที่เหล่านั้นมีวิธีการหรือแนวทางในการสร้าง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามวรรณกรรมที่อยู่ในท้องถิ่นหรือแหล่งที่ไม่มีชื่อเสียงเหล่านั้นอย่างไรให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนมีวิธีเลือกวรรณกรรมที่นำมาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร มีวิธีการนำเสนอประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวผ่านวรรณกรรมที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม ดังนั้นความเข้าใจในมุมมองของผู้เกี่ยวข้องในประเด็นดังกล่าวมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ทราบถึงแนวทางการนำเสนอและเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกต้องการไปเยี่ยมชม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

ทั้งนี้ การศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทยมีการศึกษาในหลายประเด็น เช่น อิทธิพลของละครต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (นิตยชาติ วัชรโรบล, 2553) ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (สังขกร มณีตระกูลทอง, และกาญจนา จีรัตน์, 2559) การตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (ฐานิตา พันธุ์มณี, 2555) และการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ (อติเทพ งามศิลป์เสถียร, 2563a) แต่อย่างไรก็ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาวรรณกรรมมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ยังคงค่อนข้างจำกัด ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่แล้วแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มักได้รับแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว (Case, 2016) นอกจากนี้การสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอย

ภาพยนตร์ให้สามารถจับใจผู้ชมได้นั้น ควรทราบถึงมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากเป็นผู้สร้างหรืออภินัยหนึ่งคือเป็นเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นการทราบถึงมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เข้าใจถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อย่างชัดเจน การศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดแรงบันดาลใจของ Bass, & Avolio (1994) ในการศึกษาถึงแรงบันดาลใจของวรรณกรรมที่มีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นแบบอย่างที่ดี (Idealized Influence: II) คือ การสรรสร้างแบบอย่างที่ดีหรือของดีในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Intellectual Stimulation: IS) คือ การทำให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation: IM) คือ การสร้างแรงจูงใจและดลใจให้นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกค้นหาความหมายและความท้าทายในเรื่องที่ตนสนใจ และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) คือ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว โดยการนำลักษณะเด่นเฉพาะจากวรรณกรรมมาใช้ เนื่องจากแรงบันดาลใจเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงาน (เช่น แหล่งท่องเที่ยวภาพยนตร์ ละคร) และแรงบันดาลใจยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการนำเสนอประสบการณ์ให้กับผู้ชม/นักท่องเที่ยวด้วย (M. Robinson, & Andersen, 2004) ผลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละประเภทได้อย่างลึกซึ้ง ทำให้สามารถนำมาใช้ในการกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและทิศทางในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
2. เพื่อศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงบันดาลใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้นได้อ้างอิงแนวคิดของ Lincoln, & Guba (2000) ที่กล่าวว่า การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นจะได้รับข้อมูลเพียงพอเมื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 12-20 คน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสามารถจบการสัมภาษณ์ได้เมื่อข้อมูลที่ได้ถึงจุดอิ่มตัว (Kumar, 2005) สำหรับเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐนั้นใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เป็นผู้ที่มีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในพื้นที่ทั้งในสวนนโยบายและ/หรือส่วนปฏิบัติ จำนวนกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐพื้นที่ละ 4 คน รวม 12 คน สำหรับประชาชนในพื้นที่ที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 ปี อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งท่องเที่ยว และเป็นผู้เกี่ยวข้อง/ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากจะมีความเข้าใจในลักษณะการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างชัดเจน (Jurowski, & Gursoy, 2004) รวมถึงมีโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวจริง สามารถเป็นตัวแทนการให้คำตอบของนักท่องเที่ยวได้ด้วย จำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในพื้นที่มีจำนวนพื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน รวมทั้งสิ้น 42 คน

ขอบเขตด้านสถานที่

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาโดยใช้แนวคิดวรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของ Bidaki, & Hosseini (2014) ในการแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) - สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตของนักเขียนเกี่ยวกับการเกิด การใช้ชีวิต การสร้างสรรค์งาน ความตาย และสถานที่ฝั่งศพ 2) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) - สถานที่ที่แสดงถึงหรือมีให้เห็นอย่างเด่นชัดของนวนิยาย ละคร หรือบทกวี และ 3) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) - สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยเจตนาเพื่อดึงดูดผู้เข้าชม โดยกำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) คือ “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” ตำบลชากพง อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริงมีชื่อเสียงว่าเป็นหนึ่งในกวีเอกโลก ผู้เชี่ยวชาญด้านกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน และมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของท่าน ที่เดินทางทางเรือมาเยี่ยมบิดาซึ่งบวชเป็นพระอยู่ที่อำเภอกาญจนบุรี ดังปรากฏใน “นิราศเมืองกาญจนบุรี” และ “หาดทรายแก้ว” เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นฉากหนึ่งของเรื่องราวที่เกิดขึ้นใน “พระอภัยมณี” วรรณกรรมชิ้นเอกของท่านที่ทำให้ได้รับรางวัล “ศิลปินเอกของโลก” จากองค์การยูเนสโก

2. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) คือ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอลำลูกกา จังหวัดนครสวรรค์ จากละครเรื่อง “กรงกรรม” ซึ่งเชื่อว่าเป็นที่มาของการตามหา “4 หนุมบ้านแก้ว” ของแม่ຍ້อย ที่ “จุฬามณี” ผู้แต่งร้อยเรียงเรื่องราวไว้ เป็นเรื่องราววิถีชีวิตของคนในบ้านหลังหนึ่ง “บ้านแก้ว” ซึ่งเปรียบเสมือน "กรง" ของ "กรรม" อันโหลมหั่งถึงหมาไม่ขาดสาย ทั้งกรรมดีและกรรมชั่วที่แต่ละคนได้กระทำลงไป บางคนอาจจะหวั่นไหวยอมว่าตนเองหนีพ้นจากผลกรรมนั้นได้ ถึงขนาดไม่เกรงกลัวต่อผลของกรรม จึงไม่สนใจ และพากันแสวงหาสิ่งมาปรนเปรอความต้องการของตน โดยไม่คิดถึงวิธีการว่าสกปรกโสภณเพียงใด ทุกคนต่างมีเหตุผลในการกระทำของตน อ้างความชอบธรรมอีกมากมาย เพื่อเข้าข้างตนเอง แต่เมื่อถึงคราวกรรมส่งผลก็ยากนักที่จะเลี่ยงหลบได้ ดังเช่นชีวิตของตัวละครหลายคนที่โหดเหี้ยมเป็นอุทาหรณ์ในนวนิยายเรื่องนี้

3. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) คือ “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” ตำบลบางระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งถูกจัดขึ้นบริเวณใต้ต้นไม้ใหญ่ภายในวัดโพธิ์เก้าต้น ที่มีบรรยากาศร่มรื่น น่าเที่ยวชม เป็นการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับสถานการณ์ในอดีตของชุมชน ซึ่งถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ดังก้องก้องเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอดีต ที่มีเขียนบันทึกไว้ในพระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา และหนังสือเรื่องไทยรบพม่า รวมถึงถูกนำมาถ่ายทอดเป็นนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ โดย “ไม้ เมืองเดิม” นักเขียนที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักเขียนต้นแบบวรรณกรรมลูกทุ่งไทย ที่เขียนขึ้นในบริบทสังคมไทย พ.ศ. 2481 ซึ่งมีมิติความคิดเรื่อง อุดมการณ์ความรักชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นผู้เกี่ยวข้องทางตรงของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ถึงแรงบันดาลใจในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การนำพื้นที่มาใช้ในการวรรณกรรม/ภาพยนตร์ คุณค่าของวรรณกรรมที่มีต่อคุณค่าประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว และการตลาดแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คำถามในแบบสัมภาษณ์มาจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

การเก็บและบันทึกข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลนั้นได้ประสานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์ผู้มีส่วนรับผิดชอบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ทางโทรศัพท์และส่งหนังสือการเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 45 นาที - 1 ชั่วโมง โดยจะมีการบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงและจดบันทึกเพื่อเก็บประเด็นสำคัญต่าง ๆ หลังจากสิ้นสุดการสัมภาษณ์แล้วได้ขอให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำเจ้าหน้าที่/คนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์คนต่อไป วิธีดังกล่าวเป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เรียกว่า การเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typologies Analysis) โดยวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของ วลี คำ และประโยคที่ถอดได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในกระบวนการตีความจากข้อมูลและเนื้อหา จากนั้นทำการเชื่อมโยงกับทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ และคุณค่าประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เพื่อตอบคำถามการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Film Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม ละคร ภาพยนตร์ สารคดี รวมถึงการเดินทางไปยังสถานที่ที่ใช้ถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร

2. แรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม (The Inspiration from Literary Value) หมายถึง พลังอำนาจในตนเองที่ใช้ในการขับเคลื่อนความคิดและการกระทำใด ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ ไม่ว่าสิ่งที่คุณกระทำนั้นจะยากสักเพียงใด ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ หรือเรียกว่า “4I” (Four I’s) ที่นำมาใช้ในการสร้าง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ได้แก่

2.1 การเป็นแบบอย่างที่ดี (Idealized Influence: II) คือ การสรรค์สร้างแบบอย่างที่ดีหรือของดีในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

2.2 การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Intellectual Stimulation: IS) คือ การทำให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

2.3 การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation: IM) คือ การสร้างแรงจูงใจและคล้อยใจให้นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกค้นหาความหมายและความท้าทายในเรื่องที่ตนสนใจ

2.4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) คือ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว โดยการนำลักษณะเด่นเฉพาะ จากวรรณกรรมมาใช้

3. คุณค่าเชิงประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (Experiential Perceived Value) หมายถึง การรับรู้คุณค่าที่แหล่งท่องเที่ยวประเมินประสบการณ์ทั้งแง่บวกและแง่ลบซึ่งคาดว่า นักท่องเที่ยวจะมีความพอใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน

4. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของนักเขียน เป็นสถานที่เกี่ยวกับการเกิด การใช้ชีวิต การสร้างสรรค์งาน ความตาย และสถานที่ฝั่งศพ ได้แก่ “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” ตำบลชากพง อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง

5. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) หมายถึง สถานที่ที่แสดงถึงหรือมีให้เห็นอย่างเด่นชัดของนวนิยาย ละคร ได้แก่ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอลำลูกกา จังหวัดนครสวรรค์ บ้านอศวนานิชา อันเป็นถิ่นพำนักของ 4 หนุมบ้านแบ๊ ที่ผู้ประพันธ์ผูกเรื่องให้มีการดำเนินชีวิต และหน่วยงานรัฐจัดเตรียมสถานที่เพื่อจำลองให้เสมือนจริงไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการตามหา 4 หนุมบ้านแบ๊ มาเยือนบ้านแม่ย้อย มาชมวิถีชีวิตของเรณู ณ สถานที่แห่งนี้

6. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) หมายถึง สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ถ่ายทำละคร/ภาพยนตร์ หรือเพื่อประสบการณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยกัน ได้แก่ “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” ตำบลบางระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้รับประโยชน์จากผลการวิจัยดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบาย แนวทางเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับประเทศ และสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวของไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้

2. ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องได้ฐานข้อมูลเชิงลึกและเป็นปัจจุบัน ในการนำไปใช้ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และพัฒนาธุรกิจ การบริการ และการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ให้เหมาะสมกับบริบทแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้

3. คนในท้องถิ่น โดยเฉพาะชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากภาครัฐและภาคเอกชนในการร่วมพัฒนาสินค้า การบริการ และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนได้ ทั้งนี้ คนในชุมชนได้มีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุน การอนุรักษ์และหวงแหนการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างเหมาะสม และคนในชุมชนมีรายได้เสริม มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

4. หน่วยงานด้านการศึกษามีความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมด้านการเรียนการสอน และการทำวิจัยในรายวิชาที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชาการท่องเที่ยว และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม” ได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดครอบคลุมการศึกษา ได้แก่ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และแนวคิดแรงบันดาลใจ

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วและส่งผลให้เกิดรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวขึ้นหลายรูปแบบ รวมทั้งการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการเดินทางตามรอยภาพยนตร์ วรรณกรรม และละคร ที่นำเอาวัฒนธรรมสมัยนิยมมาใช้ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นการอธิบายกิจกรรมที่ผู้คนเดินทางไปยังสถานที่ที่ได้รับการกล่าวถึง และ/หรือให้ความสำคัญกับสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี วิทยุ เพลง ภาพยนตร์ หนังสือ และสื่อประเภทอื่น ๆ (Radomskaya, 2020) Gyimothy et al. (2015) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ วรรณกรรม และดนตรี กำลังได้รับความสนใจจากนักวิชาการและผู้ประกอบวิชาชีพ ด้วยมีความสำคัญของการบรรจบกันในการท่องเที่ยว การผลิตสื่อ และการบริโภคแบบวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop-cultural)” จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นองค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละคร

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีการใช้ศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลักษณะนี้แตกต่างกันไป Horrigan (2009) ได้สรุปคำศัพท์ของการท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์ (Film Induced Tourism) หรือการท่องเที่ยวที่เกิดจากสื่อมวลชน/การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดสื่อ/สื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยว (Media Induced Tourism)” หรือ “การท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์ (Movie Induced Tourism)” หรือ “การท่องเที่ยวทางด้านภาพยนตร์ (Cinematographic Tourism) หรือแม้แต่ักแสวงบุญทางสื่อ (Media Pilgrim) ในฐานะการจาริกแสวงบุญผ่านสื่อ (Media Pilgrimage) คำศัพท์ทั้งหมดเหล่านี้แสดงถึงรูปแบบเฉพาะและรูปแบบทางเลือกของการท่องเที่ยว Zimmermann (2003) กล่าวเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่และค่อนข้างเฉพาะแบบ สามารถกำหนดได้ว่าเป็นชนิดเดียวกับสาขาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหมายรวมถึงความสนใจและ

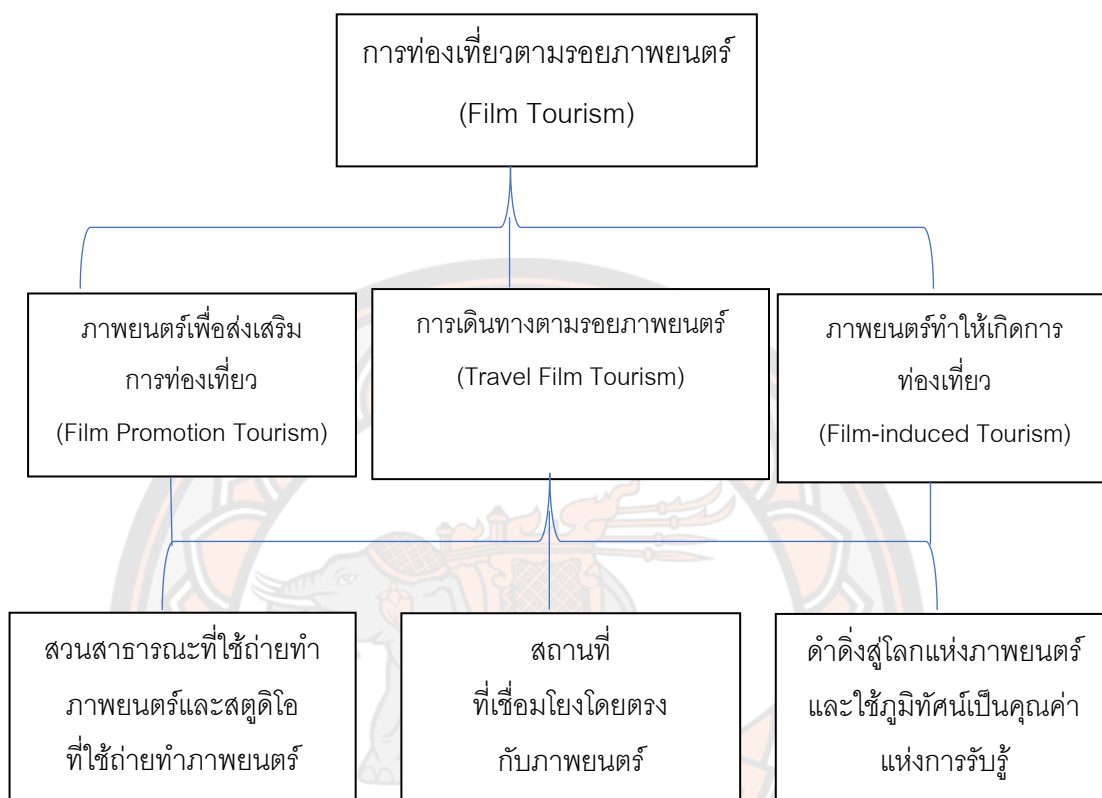
ความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นต่อสถานที่ซึ่งเป็นที่นิยมเนื่องจากได้ไปปรากฏในภาพยนตร์และซีรีส์โทรทัศน์

นอกจากนี้ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เช่น Scottish Tourist Board (1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นรูปแบบเฉพาะของการท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้ผู้มาเยี่ยมชมได้เห็นสถานที่ที่ใช้ถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็ระหว่างหรือหลังการผลิตภาพยนตร์เรื่องยาวหรือผลิตรายการโทรทัศน์ และได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ว่าเป็น “ธุรกิจที่ดึงดูดผู้เข้าชมผ่านสถานที่หรือสัญลักษณ์ของสถานที่ในภาพยนตร์ วิดีโอ และละครโทรทัศน์” Riley et al. (1998b) เห็นว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เกิดการพัฒนาเมื่อ “ผู้คนกำลังมองหาสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่ถ่ายทำที่เห็นบนจอเงิน” ในขณะที่ Tooke, & Baker (1996) เห็นว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คือ ผลกระทบของทั้งภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ต่อจำนวนผู้เข้าชมที่มายังสถานที่ซึ่งเชื่อว่ามีถ่ายทำ นอกจากนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่า ผู้เข้าชมสถานที่ถ่ายทำไม่ทราบแน่ชัดว่าสถานที่ถ่ายทำนั้นอยู่ที่ใด สมมติฐานดังกล่าวได้ถูกนำไปทดสอบในงานวิจัยของ Roesch (2009) ซึ่งพบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่มักจะทราบดีเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทำและสถานที่ที่เกี่ยวข้อง ส่วน Busby, & Klug (2001) เห็นว่า นักท่องเที่ยวเชิงภาพยนตร์เป็นนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวตามที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ วิดีโอ หรือโทรทัศน์ ส่วน ฉัตรเฉลิม องอาจานศาล (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Pop-Culture Tourism or Movie Tourism) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากสถานที่นั้นถูกนำเสนอผ่านจอภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ที่ได้รับชม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การท่องเที่ยวในประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ เรื่อง The Lord of the Rings Iwashita (2003) เห็นว่า ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และวรรณกรรม เป็นปัจจัยที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง และด้วยเหตุนี้จึงมีอิทธิพลต่อความชอบในการเดินทางของบุคคล Zimmermann (2003) ให้นิยามการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ว่า เป็นการเดินทางในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งโดยทั่วไปสามารถเชื่อมต่อกับโลกแห่งภาพยนตร์ได้ สำหรับในสถาบันการศึกษาคำว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์หรือการท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์ถูกนำมาใช้ในความหมายแทนที่กัน Hudson, & Richi (2006a, 2006b) เห็นว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นการท่องเที่ยวที่มีผลเนื่องมาจากการปรากฏตัวของแหล่งท่องเที่ยวปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากภาพยนตร์ วิดีโอ หรือโทรทัศน์ จะเห็นได้ว่า “การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์” ถูกนำมาใช้เป็นคำทั่วไปแต่ยังไม่มี ความหมายชัดเจนนัก เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของการท่องเที่ยวประเภทนี้อย่างรอบด้านแล้วยังมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ด้วย สำหรับการศึกษาคั้งนี้การ

ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม ละคร ภาพยนตร์ สารคดี รวมถึงการเดินทางไปยังสถานที่ที่ใช้ถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นี้เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น เพลง หนังสือ ละคร โดยเฉพาะถ้าเรื่องราวนั้น ๆ ได้รับการถ่ายทอดมาจากวรรณกรรมก็จะมีผู้ที่เป็นแฟนวรรณกรรมสนใจเดินทางไปยังสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรมด้วย ทั้งนี้ วรรณกรรมมีอิทธิพลต่อการเดินทางเนื่องจากการสร้างฉากที่ผู้ประพันธ์ได้ใส่รายละเอียดต่าง ๆ ลงไปได้อย่างชัดเจน สมจริงในเรื่องที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นในฉากนั้น ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการเรื่องราวต่าง ๆ ไปตามบทประพันธ์ที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจจะถ่ายทอด ทำให้ผู้อ่านได้เกิดความรู้สึกนึกคิด (Imagination) และอารมณ์ต่าง ๆ ในวรรณกรรมบางเรื่องมีการอ้างอิงชื่อของสถานที่ที่มีอยู่จริง เช่น เรื่องโรมีโอและจูเลียต (Romeo and Juliet) วรรณกรรมรักอมตะก้องโลก ซึ่งประพันธ์โดย วิลเลียม เชกสเปียร์ (William Shakespeare) ได้ใช้เมืองเวโรนา (Comune di Verona) ประเทศอิตาลี เป็นฉากสำคัญในเรื่องนี้ วรรณกรรมรหัสคดีเรื่องเชอร์ล็อก โฮล์มส์ (Sherlock Holmes) ประพันธ์โดย เซอร์อาเธอร์ โคนันดอยล์ ที่ใช้ฉากในการดำเนินเรื่องในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ วรรณกรรมจีนอิงประวัติศาสตร์เรื่องสามก๊ก ประพันธ์โดย หลัว กวันจง ใช้ฉากหลังเป็นประเทศจีนในยุคสามก๊ก (ปี พ.ศ. 726 - พ.ศ. 823) ความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ประพันธ์สามารถโน้มน้าวผู้อ่านให้คล้อยตามตัวละคร ตามสถานการณ์ และฉาก ที่ผู้ประพันธ์หยิบยกขึ้นมาใช้สามารถเข้าถึงผู้อ่านเป็นจำนวนมากทำให้วรรณกรรมมีชื่อเสียงเป็นที่นิยม มีผู้อ่านจำนวนมากไม่น้อยที่มีความเชื่อว่าตัวละครมีตัวตนอยู่จริงหรือสถานที่จริง ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่ผู้อ่านรู้สึกผูกพันกับตัวละคร ฉาก หรือมีความต้องการที่จะสื่อสารกับตัวละคร ได้ใกล้ชิดหรือมีส่วนร่วมร่วมกับตัวละครในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น เขียนจดหมายถึงจูเลียต ตัวละครเอกในเรื่องโรมีโอและจูเลียต หรือการส่งจดหมายไปถึง เชอร์ล็อก โฮล์มส์ ตัวละครเอกในเรื่องเชอร์ล็อก โฮล์มส์ การได้ไปยังตำแหน่งเลขที่บ้านที่คิดว่าจะเป็นบ้านของเชอร์ล็อก โฮล์มส์ ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรม การได้ไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่ที่ถูกกล่าวถึงในฉากของวรรณกรรมเรื่องต่าง ๆ จากปรากฏการณ์นี้ทำให้เห็นว่าวรรณกรรมกลายเป็นรูปแบบของวัฒนธรรมสมัยนิยมประเภทหนึ่ง และวัฒนธรรมดังกล่าวได้ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลกลายเป็นการท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นตามมาอีกด้วย จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความหลากหลายสามารถเป็นได้ทั้งสวนสาธารณะที่ใช้ถ่ายทำภาพยนตร์ (Film Parks) และสตูดิโอที่ใช้ถ่ายทำภาพยนตร์ (Film Studios) เช่น Disneyland, Six Flags ขึ้นอยู่กับความต้องการเยี่ยมชมสถานที่ที่เชื่อมโยงโดยตรงกับภาพยนตร์ ซึ่งการเดินทางไปยังสถานที่เหล่านี้จะทำให้รู้สึกว่ามีโอกาสได้ไปสู่อีกโลกแห่งภาพยนตร์มากขึ้น Zimmermann (2003) Tomala, & Faber (2011) ได้แบ่งการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกเป็น 3 หมวดย่อย คือ ภาพยนตร์เพื่อส่งเสริม

การท่องเที่ยว การเดินทางตามรอยภาพยนตร์ และการท่องเที่ยวที่เกิดจากการถ่ายทำภาพยนตร์ และมีความเกี่ยวข้องกับสถานที่ต่าง ๆ ดังรายละเอียดในภาพ 1



ภาพ 1 ประเภทของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ที่มา: Tomala, & Faber, 2011

H. Kim, & Richardson, 2003, p. 218 as cited in Donata Juškelytė, 2006) อ้างถึงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Peculiarities of Film Tourism) ไว้ในงานวิจัยเรื่อง Film Induced Tourism: Destination Image Formation and Development ว่าเราเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความคาดหวังล่วงหน้า ความคาดหวังเหล่านั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากการปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ภาพยนตร์ วรรณกรรม สื่อ เพลง และวิดีโอ ในกรณีนี้ ภาพยนตร์และอุตสาหกรรมภาพยนตร์สร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งของจุดหมายปลายทางเฉพาะอย่างไรก็ตาม ผลกระทบและผลลัพธ์ของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ที่รวมเข้ากับภาพยนตร์นั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วย (ตาราง 1)

ตาราง 1 แสดงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (1)

รูปแบบ	ลักษณะเฉพาะ
1. การท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งของวันหยุดหลัก (Film-induced tourism as a part of main holiday)	นักท่องเที่ยวจะไปเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หรือจองทัวร์ชมภาพยนตร์สำหรับวันหยุดโดยไม่มีความรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางมาก่อน
2. การท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์เป็นจุดประสงค์หลักที่น่าสนใจเป็นพิเศษ (Film-induced tourism as a main purpose of special interest)	การจองแหล่งท่องเที่ยวปลายทางสำหรับวันหยุดอันเป็นผลมาจากโปรไฟล์บนจอภาพยนตร์
3. การท่องเที่ยวที่เกิดจากภาพยนตร์เป็นจุดโฟกัสของการเยี่ยมชม (Film-induced tourism icons as a focal point of visit)	ความงามตามธรรมชาติของสถานที่ทางประวัติศาสตร์นักแสดง สามารถทำหน้าที่เป็นไอคอนได้
4. การท่องเที่ยวที่เกิดจากการถ่ายทำภาพยนตร์ไปยังสถานที่ที่มีการถ่ายทำซึ่งเชื่อว่ามีจริง (การแทนที่) (Film-induced tourism to places where filming is only believed to have taken place (displacement))	นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำแม้ว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นจะแสดงถึงสถานที่ที่ต่างกัน
5. การท่องเที่ยวที่เกิดจากการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งของการจ้องมองที่โรแมนติก (Film-induced tourism as a part of romantic gaze)	นักท่องเที่ยวชอบที่จะจ้องมองสถานที่ที่ได้แรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ในความโดดเด่นและสร้างความสัมพันธ์กึ่งจิตวิญญาณกับสถานที่นั้น
6. การท่องเที่ยวที่เกิดจากการถ่ายทำภาพยนตร์เพื่อเหตุผลในการหลีกหนี (Film-induced tourism for reasons of escape)	การเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์จะช่วยยกระดับนักท่องเที่ยวให้พ้นจากความเป็นจริงของชีวิตประจำวัน

ที่มา: ดัดแปลงจาก Busby, & Klug, 2001

อย่างไรก็ตาม การสาธิตภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวปลายทางในภาพยนตร์ควรอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ประสบการณ์ของผู้ชม ข้อมูลจำเพาะ และอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง นักวิจัยการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ยอมรับว่าภาพยนตร์เป็นเครื่องมือทางการตลาดปลายทางที่สามารถสร้างแหล่งท่องเที่ยวปลายทางใหม่ ๆ ของการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็มีผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวปลายทางด้วย (ตาราง 2)

ตาราง 2 แสดงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (2)

ผู้เขียน (Author) ปี (Year)	ลักษณะเฉพาะ (Peculiarities)
Papathanassis, 2011, p. 149	เฉพาะกลุ่ม (Niche) แต่มีศักยภาพสำหรับผู้ชมจำนวนมาก
Olsberg / SPI, 2007, p. 40	กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ (ความหลากหลายของผู้ชมภาพยนตร์ กลุ่มเป้าหมาย)
Månsson, 2010; Kim, 2008	การสร้างแรงจูงใจและการเข้าถึงนักท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชน (การหลอมรวมสื่อ)
Optimal Economics, TNS Research International, 2012	ความสามารถในการสร้างหรือจำลองสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (การแทนที่กับความเดิมแท้ สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์กับฉากที่สร้างขึ้น)
Kim, 2012	การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของผู้ชม
Ruiz, 2015	มีอิทธิพลด้านเศรษฐกิจของประเทศผ่านรายได้จากภาพยนตร์ และการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
Kim, 2005; Joliveau, 2009	ส่งเสริมการตลาดของประเทศเพื่อสร้างหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง

ที่มา: Joliveau, 2009; H. J. Kim, 2008; H. S. Kim, 2005; S. Kim, 2012a; Mansson, 2010; Papathanassis, 2011; Ruiz, 2015; TNS Research International, 2012

ดังที่กล่าวข้างต้นถึงความเชื่อมโยงของวรรณกรรมต่อการท่องเที่ยวทำให้เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม/ภาพยนตร์/ละครชิ้น Robinson, & Hans-Christian (2002) อธิบายว่า การใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ เริ่มตั้งแต่เกิดความประทับใจในตัวนักประพันธ์และผลงานด้านวรรณกรรม เป็นความซาบซึ้งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล และเริ่มตั้งแต่ผู้อ่านได้อ่านและเข้าใจเนื้อหาในวรรณกรรมเรื่องนั้น ๆ ผลงานวรรณกรรมตามรูปแบบที่สร้างสรรค์ของนักเขียนกลายมาเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักอ่าน ซึ่งได้ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของภาพยนตร์/ละครและเกิดธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อไปเที่ยวชมสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร และวรรณกรรมตามมา ซึ่งมีรูปแบบในการนำมาใช้จัดการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยนักเขียน เช่น ท่องเที่ยวตามรอยเชกสเปียร์ (Shakespeare) ที่บ้านเกิดของเชกสเปียร์ (Shakespeare) ใน Stratford-upon-Avon หรือตามรอย Margaret Mitchell ผู้แต่งเรื่อง Gone with the Wind โดยเยี่ยมชมอพาร์ทเมนต์ที่เธออาศัยและใช้เขียนเรื่องนี้ที่ใจกลางเมืองแอตแลนต้า และเยี่ยมชมบ้านเกิดของ Erskine Caldwell ใน Moreland รัฐจอร์เจีย ที่ถูกจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ มีแกลเลอรี ร้านค้า ให้นักท่องเที่ยวเข้าชม

2. การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีการท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมหรือสถานที่ที่นักเขียนใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างเรื่อง ฉากในเรื่อง และการบรรยายสถานที่นั้น ๆ เช่น Shakespeare's Country, Hardy's Wessex Bronte Country, Tarka Country (จากนิยายของ Henry Williamson), Heriott Country

3. การท่องเที่ยวที่ได้แรงบันดาลใจจากตัวละคร เช่น เด็กหญิงอลิส ลิดเดล (Alice Liddell) และครอบครัวที่อาศัยอยู่ใน Llandudno ใน Easte ปี 1861 เมืองนี้ถูกจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว Alice in Wonderland Centre สร้างขึ้นเป็นบ้านของอลิสในเรื่องที่มีหลุมกระต่าย (บ้าน) มีนักท่องเที่ยวเข้าชมมากกว่า 20,000 คน บ้านจูเลียต จากวรรณกรรมโรมิโอกับจูเลียต ที่ใช้ฉากในเมืองเวโรนา ประเทศอิตาลี ของ วิลเลียม เชกสเปียร์

4. ใช้แนวทางการจัดไปสถานที่หรือแหล่งที่เกิดเหตุการณ์และความประทับใจ โดยการจัดการให้เป็นพิพิธภัณฑ์วรรณกรรม อนุสรณ์ ที่อยู่อาศัย สามารถติดตามการดำเนินชีวิตของนักเขียน สถานที่ เหตุการณ์ ความเป็นไปในเรื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ไปเรียนรู้ กลายเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งในเชิงมานุษยวิทยา

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Mansfield (2015) ที่ได้แบ่งหมวดหมู่การท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมไว้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A, B และ C ที่พัฒนาจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของ Butler (1986) ดังรายละเอียดในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม

กลุ่ม A เป็นหมวดหมู่ที่แบ่งตามนิยาย คำรา	
1. มีตัวละครเป็นศูนย์กลาง:	
- ไม่ระบุชื่อผู้แต่ง หรือชื่อผู้แต่งหายไป หรืออยู่ในประวัติศาสตร์ที่ห่างไกล	Disney นำมาใช้ในเรื่อง Snow White และตัวละครอื่น ๆ ในเทพนิยายของ Disney World และ Disneyland
- ผู้เขียนเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับตัวละครได้	ปราสาทรอนเบิร์ก (Kronberg Castle) ในแคว้น Elsinore ประเทศเดนมาร์ก ซึ่งเป็นบ้านของ Hamlet ตัวละครของเชกสเปียร์
2. มีศูนย์กลางอยู่ที่เนื้อเรื่อง:	
นวนิยายมีเบาะแสเพียงพอในการแสดงสถานที่จริงที่ผู้เขียนใช้และสถานที่ยังคงมีอยู่	กำแพงท่าเรือ The Cobb ในเมือง Lyme Regis ใน West Dorset ประเทศอังกฤษ ที่ Louisa กระโดดลงบันไดไปหา Captain Wentworth ในนวนิยายของ Jane Austen เรื่อง Persuasion
ไม่สามารถระบุสถานที่ได้อย่างแม่นยำจากข้อความและอาจเป็นเรื่องสมมติ แต่การสื่อก็ได้กำหนดให้สถานที่นั้นเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในปัจจุบัน	Lud's Church ในฐานะที่เป็นฉากสำหรับ Sir Gawain & the Green Knight
กลุ่ม B เป็นหมวดหมู่ที่แบ่งตามผู้แต่ง	
1. เน้นชีวิตส่วนตัวของผู้เขียน	
บ้านเกิดของผู้เขียน	พิพิธภัณฑ์บ้านเกิดของ Charles Dickens, Portsmouth
บ้าน ที่พัก หรือโรงแรมที่ผู้แต่งพักอาศัย	Thomas Hardy's cottage รอบนอก Higher Bockhampton, Dorset. Jacques Prevert เข้าพักที่ Black Eagle
หลุมศพ หรืออนุสรณ์สถานของผู้แต่ง	Westminster Abbey Poets' Corner เป็นที่ฝังศพของ Katherine Mansfield ใน Fontainebleau-Avon ที่ซึ่งเธอใช้เวลาที่สถาบันเพื่อการพัฒนาความสัมพันธ์ ในปี ค.ศ. 1922
2. มีศูนย์กลางอยู่ที่การทำงานของผู้เขียน ไม่ว่าจะเป็งานเขียน หรืองานแสดง	
ร้านกาแฟหรือสถานที่ที่เป็นที่รู้จักกันดีว่า	Elephant House Café ในเอดินเบิร์ก ที่ J K Rowling ใช้เขียน
นักเขียนชอบมานั่งและมีความสำคัญต่อการฝึกฝนความคิดสร้างสรรค์	นวนิยายเรื่องแรก ๆ ของเธอ / The Black Eagle Hotel ใน Fontainebleau ซึ่ง Jacques Prévert พักและเขียนงาน
พื้นที่ที่ผู้แต่งใช้ในปัจจุบันหรือในอดีต	Morden Tower ใน Newcastle เหนือแม่น้ำไทน์ (Tyne) ที่ซึ่ง Seamus Heaney และ Allen Ginsberg อ่านบทร้อยกรองของพวกเขา ร้านหนังสือ City Lights ในซานฟรานซิสโก (San Francisco) ที่ซึ่ง Allen Ginsberg, Jack Kerouac และ Yves Bonnefoy แสดงผลงานของพวกเขา

กลุ่ม C เป็นหมวดหมู่ที่แบ่งตามสื่อกลางและการส่งเสริมการขาย

1. เน้นที่หนังสือต่าง ๆ

วัตถุเอกสารต้นฉบับหรือฉบับร่างที่ถูกเก็บไว้ในรูปแบบทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวนักเขียนหรือผู้มาเยือนสามารถเข้าถึงได้ (มักเป็นห้องสมุดผู้เชี่ยวชาญ)	The Exeter Book ในห้องสมุดของมหาวิหาร Exeter ใน Devon คอลเล็กชันบทกวีแห่งชาติที่ London Southbank ห้องสมุดกวีนิพนธ์แห่งสก๊อต บนถนนย่าน Canongate ของ Edinburgh
--	--

2. เน้นที่เหตุการณ์

เทศกาลวรรณกรรมและเทศกาลหนังสือที่มีหรือไม่มีผู้เขียนอยู่ แต่ใช้งานของพวกเขา	เทศกาล Hay-on-Wye เทศกาลวรรณกรรมเอ็ดินเบอระ
---	--

Curated Gallery หรือพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงแบบไม่ถาวร เพื่อการเฉลิมฉลองผู้แต่งหรือผลงานของพวกเขา เช่น การฉลองครบรอบร้อยปี

3. การถ่ายทำ

สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่ใช้สร้างภาพยนตร์ตามหนังสือ แม้ว่าสถานที่ที่ใช้ถ่ายทำจะไม่ใช่อสถานที่จริงในนวนิยายก็ตาม	นิวซีแลนด์ กับภาพยนตร์ไตรภาค Lord of the Rings และ Tolkien (ผู้แต่ง)
--	--

4. สถาปัตยกรรม (Council Intervention) หรือป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ DMO

'ประเทศ' ในฐานะเป็นพื้นที่ส่งเสริมการขาย	Sunderland และ ชายฝั่ง Wearside ในฐานะเป็น "ประเทศ" ของ Catherine Cookson
ชื่อเมืองหรือชื่อสถานที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อเชื่อมต่อกับมรดกทางวรรณกรรม	Illiers ในนอร์ม็องดีตอนล่าง ถูกเปลี่ยนชื่อเป็น Illiers Combray ตามชื่อหมู่บ้าน Combray ในนวนิยายเรื่อง Proust's À la recherche du temps perdu. Westward Ho! ใน North Devon ได้ชื่อตามนวนิยายของ Charles Kingsley

ที่มา: Mansfield, 2015

จากตาราง 3 จะเห็นได้ว่าการใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีรูปแบบเป็นแนวทางในการดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น

1. กวีหรือนักประพันธ์ที่สามารถจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความต้องการที่จะตามหาเรื่องราวหรือหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของนักเขียน เพื่อเป็นเครื่องหมายสำหรับความประทับใจที่

ผู้อ่านชื่นชมและประทับใจในผลงาน เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจัดให้มีการท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ชีวิตการทำงานของนักเขียน ซึ่งรูปแบบจะเป็นไปตามถิ่นฐานบ้านเกิดของนักเขียน หรือสถานที่ที่นักเขียนใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างเรื่องหรือฉากภายในเรื่องที่อาจบรรยายถึงสถานที่นั้น ๆ เช่น การจัดบ้านหรืออาคารที่เป็นสถานที่เกิดหรือที่ทำงานของนักประพันธ์

2. ตัวละครเอกหรือตัวละครสำคัญในเรื่องที่นักท่องเที่ยวต้องการค้นหาตัวละครเป็นความต้องการที่จะค้นพบหรือหาหลักฐานจริงเกี่ยวกับบุคคลผู้ยิ่งใหญ่ในบทบาทของตัวละครที่ชื่นชอบ หรือประทับใจ สร้างสัญลักษณ์ทางคุณค่าแห่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับบุคคลเหล่านั้นที่อยู่ในเบื้องหลังตำนานหรือเรื่องราวในวรรณกรรมที่เกิดขึ้น ที่ผู้อ่านรู้สึกประทับใจ และต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งในความรู้สึกนึกคิดของตัวละครในเรื่องนั้น ๆ เช่น การจัดทำหุ่นจำลองรูปปั้นตัวละคร สิ่งของเครื่องใช้ของตัวละคร ฯลฯ

3. สถานที่หรือฉากในวรรณกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือวรรณกรรมที่ผู้อ่านนั้นมีความเชื่อว่าบางสถานที่มีอยู่จริงหรือเสมือนจริงที่ปลูกสร้างขึ้นมาแต่ดั้งเดิมและได้กล่าวถึงในวรรณกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมในทางประวัติศาสตร์หรือในทางวรรณกรรม การได้ไปหาตำแหน่งสถานที่และค้นพบความหมายซึ่งนักประพันธ์ได้เอามารวมไว้ในวรรณกรรมแต่ละเรื่อง อย่างเช่นการได้จำลองบ้านหรือสถานที่ที่กล่าวถึงในวรรณกรรม เช่น บ้านเกิดเชกสเปียร์ ใน Stratford-upon-Avon บ้านที่มีลักษณะครึ่งตึกครึ่งไม้ ซึ่งมีอายุ 450 ปี การสร้างขึ้นใหม่เพื่อเลียนแบบของเดิม โดยตกแต่งให้เหมือนในสมัยที่เชกสเปียร์อาศัยอยู่

4. วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ที่มีและได้ปรากฏอยู่ในวรรณกรรมที่นักประพันธ์ได้บรรจุสร้างสรรค์และสอดแทรกไว้ในวรรณกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการไปชื่นชมหรือไปสัมผัสกับเหตุการณ์ บรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมนั้น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ทั้งของตัวละครและยุคสมัยในช่วงนั้น ๆ ซึ่งได้มีการนำมาถ่ายทอดให้ออกมาในรูปแบบจิตรกรรม ประติมากรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม จัดแสดงเป็นพิพิธภัณฑ์ การจำลองชีวิตสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ทั้งของนักประพันธ์ และตัวละคร การแสดงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ละครเชกสเปียร์ รวมทั้งสินค้าของที่ระลึก ร้านค้าที่ขายสินค้าต่าง ๆ ที่กล่าวถึงไว้ในวรรณกรรม

ซึ่งสอดคล้องกับ Tetley, & Bramwell (2002) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีหลายเหตุผลในการเลือกมาเที่ยวตามสถานที่หรือตามรอยฉากในนิยาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นโดยฉากที่สำคัญในนิยายที่ผู้เขียนจัดขึ้นมา โดยอาจจะไม่ได้ตั้งใจหรือใช้แรงบันดาลใจมากนัก เช่น ในนิยายของ Scott Fitzgerald เรื่อง *Tender is the Night* ตีพิมพ์ในปี 1934 บรรยายถึง French Riviera ในช่วงฤดูร้อนของ Mediterranean จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมาก รวมถึงการนำนิยายคลาสสิกบางเรื่องที่มีชื่อเสียงไปจัดสร้างเป็นภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ ฉากในนิยายถูกทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้นจะเป็นส่วนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่อง

หรือตัวละครในเรื่อง เช่น สบู่ แยม เสื้อเชิ้ต กระจดาช หนังสือ สมุด การเปิดร้านค้าขายซากาแพ ขาย แชนด์วิช และบิสกิต รวมทั้งมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสนใจในชีวิตของผู้เขียน เช่น ต้องการจะไปเห็นสถานที่เกิด บ้านเกิด ขณะที่อาศัยอยู่หรือทำงาน เช่น Hannibal ในสหรัฐอเมริกา เทียวบ้านในสมัยเด็กของ Mark Twain ที่บุรณะใหม่เป็นพิพิธภัณฑ์ รวบรวมของใช้ส่วนตัว เช่น โต๊ะทำงาน ผลงานตีพิมพ์ครั้งแรก จดหมายและภาพถ่าย และเสื้อผ้า นักเขียนบางคนใช้บ้านเกิดหรือสถานที่อยู่อาศัยและทำงานเป็นแรงบันดาลใจในการเขียนนิยาย ชีวิตประวัตินักเขียนจึงเปรียบเสมือนเป็นคู่มือการท่องเที่ยวที่ช่วยเป็นแรงกระตุ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเยี่ยมชม

Bidaki, & Hosseini (2014) สรุปว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางวรรณกรรมมักปรากฏใน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. สถานที่จริง (Real Places) สถานที่เหล่านี้มีความสัมพันธ์กับชีวิตของนักเขียนเกี่ยวกับการเกิด การใช้ชีวิต การสร้างสรรค์งาน ความตาย และสถานที่ฝังศพ ตัวอย่างของสิ่งเหล่านี้รวมถึงบ้านของ Jane Austen ใน Chawton แคว้น Hampshire ประเทศอังกฤษ หรือสถานที่เกิดของ Robert Burns ใน Alloway สกอตแลนด์ สถานที่เกิดของ Nima Yushij ในเมือง Yush ประเทศอิหร่าน และบ้านของ Shahriar ในเมือง Tabriz ประเทศอิหร่าน

2. สถานที่ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) หมายถึง สถานที่ที่แสดงถึงหรือมีให้เห็นอย่างเด่นชัดของนวนิยาย ละคร หรือบทกวี ตัวอย่างของสิ่งเหล่านี้รวมถึงถนน Dublin ในนวนิยายเรื่อง Ulysses โดย James Joyce บ้านแฟนตาซีของ Sherlock Holmes ที่แต่งโดย Sir Arthur Conan Doyle ปราสาทและป้อม และสถานที่อื่น ๆ ที่มีชื่อในวรรณคดีอิหร่านแบบดั้งเดิม

3. สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) สถานที่เหล่านี้ถูกสร้างขึ้นโดยเจตนาเพื่อดึงดูดผู้เข้าชม ตัวอย่างเช่น Dickens World ที่เพิ่งเปิดตัวใน Chatham Dockside และ The World of Beatrix Potter ใน Windermere หรือ Rudaki แหล่งกำเนิดของการท่องเที่ยวเชิงวรรณกรรม ในทาจิกิสถาน Rudaki เกิดในปี ค.ศ. 858 ในหมู่บ้าน Rudak (Panjrud) ใน Panjakent ซึ่งปัจจุบันคือทาจิกิสถาน เขาได้รับเกียรติและความเคารพอย่างยิ่งใหญ่ในราชสำนัก Samanid อ้างอิงจากชีวประวัติช่วงต้นของเขา Rudaki ตาบอดเนื่องจากศัตรูและกลับไปที่บ้านเกิดของเขาอย่างเสียใจและเสียชีวิตที่นั่น สถานที่ดังกล่าวเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นตามแบบของวรรณกรรม

สำหรับการศึกษาคำนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของ Bidaki, & Hosseini (2014) ในการแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

1. การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอีกหนึ่งแหล่งทำเงินที่สำคัญของประเทศ ทั้งจากการเป็นแหล่งถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศ และกองถ่ายในประเทศที่สร้างสรรคงานนำเสนอแก่ผู้ชมผ่านหลากหลายแนวตามชนิดของภาพยนตร์ที่นำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นแนวอิง

ประวัติศาสตร์ของไทยอย่างตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช หรือ Alexander the Great จากต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย แนวดราม่า อย่าง The Beach ซึ่งถ่ายทำที่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ และทำให้ที่นี่โด่งดังหลังภาพยนตร์เรื่องนี้ออกฉาย เพราะมีผู้อยากมาเที่ยวชมสถานที่จริงของภาพที่ได้เห็นนั่นเอง รวมถึงแนวบู๊อย่าง The Man with the Golden Gun (1974) ซึ่งถ่ายทำที่อ่าวพังงา จังหวัดพังงา ที่ทำให้เกาะตะปูเป็นที่รู้จักกันในนามของ เกาะเจมส์ บอนด์ (James Bond Island) ซึ่งล้วนมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สร้างสรรค์ซึ่งเป็นเป้าหมายในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นอกจากนี้ ไทยเราก็มักมีนักแสดงฉากต่อสู้ชื่อดังอย่าง โทนี่ จา ในเรื่องต้มยำกุ้ง ที่มาพร้อมความสามารถของตนเองโดยไม่พึ่งตัวแสดงแทน (Stunt Man) ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ติดอันดับภาพยนตร์ทำเงินสูงสุดของประเทศสหรัฐอเมริกาในสัปดาห์แรกที่หนังเรื่องนี้เข้าฉาย อีกเรื่องก็คือ “พีมาภพระโขนง” - หนังที่กำไรในไทยและต่างประเทศสูงที่สุด

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ดังกล่าวทำให้รัฐบาลมียุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรม และนโยบายส่งเสริมการลงทุนตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (2558-2564) บังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2558) เพื่อส่งเสริมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการให้เกิดความตระหนักในการสร้างสิทธิประโยชน์ที่ส่งเสริมการลงทุนที่มีคุณค่าทั้งในประเทศและการลงทุนของไทยในต่างประเทศของธุรกิจต่าง ๆ หากประยุกต์กับกรณีธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยอย่างองค์บากและต้มยำกุ้งที่ตัวผลิตภัณฑ์ คือ ตัวเนื้อหาภาพยนตร์ก็เป็นเพียงภาพยนตร์ศิลปะการต่อสู้หรือภาพยนตร์ประเภทบู๊ (Action Genre) แต่คุณค่าเพิ่มเติมเกิดจากการทำให้ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย (Kick Boxing) ที่นำต้นตำนานของมวยไทยยุคดั้งเดิมมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมศิลปะการต่อสู้ที่ทันสมัยในรูปแบบจริงจังหรือความเป็นธรรมชาติในการต่อสู้ มากกว่าการแสดง (Drama)

จากยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) มีจุดมุ่งหมาย วิสัยทัศน์ ที่จะทำให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ของอาเซียน และมีการศึกษาวิจัยเพื่อจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในขณะนี้ หลังมีการประชุมรับฟังความคิดเห็นประกอบการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (รวมวิดิทัศน์ด้วย) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสำหรับ Production และ Post-Production ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดสิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวนี้ อาทิ การให้เงินคืน 15% สำหรับโปรเจกต์ต่างประเทศที่มีการลงทุนภายในประเทศไทยขั้นต่ำ 50 ล้านบาท และจะเพิ่มเป็น 20% เมื่อมีการจ้างงานบุคลากรไทยเข้าร่วมงานในตำแหน่งสำคัญกับโปรเจกต์นั้น ๆ และอีก 2% หากมี

การโปรโมตประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวด้วย อันเนื่องมาจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงของไทยสามารถสร้างรายรับเข้าสู่ประเทศมากถึง 2.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และสร้างงานมากถึง 100,000 ตำแหน่ง กระทรวงพาณิชย์จะยังคงเดินหน้าผลักดันอุตสาหกรรมนี้ สู่อุตสาหกรรมหนึ่งใญ่ในภูมิภาคอาเซียนและของเอเชียต่อไป

ในการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยนั้น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดเทศกาลภาพยนตร์ต่างประเทศที่ถ่ายทำในประเทศไทย (Thailand International Film Destination Festival) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 โดยเชิญคนในวงการภาพยนตร์ทั่วโลกเข้าร่วมเพื่อต่อยอดความเชื่อมั่นประเทศไทยในฐานะ ‘จุดหมายแห่งการถ่ายทำภาพยนตร์ของโลก’ เพื่อเผยแพร่ความงดงามแห่งทัศนียภาพของประเทศไทยที่เคยปรากฏผ่านภาพยนตร์หลากหลายที่ฉายไปทั่วโลก ตลอดจนเสนอทัศนียภาพใหม่ ๆ สำหรับใช้เป็นโลเคชั่นถ่ายทำภาพยนตร์ และใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และมีกิจกรรมที่เยาวชนทั่วโลกต่างรอคอยคือการแข่งขันถ่ายทำภาพยนตร์สั้นในประเทศไทย (The Amazing Thailand Film Challenge) โดยเน้นเผยแพร่ความงดงามทัศนียภาพของประเทศไทย ทั้งนี้ ในปี 2560 ที่ผ่านมามีทีมผู้สร้าง ผู้ผลิต กองถ่ายทำจากต่างประเทศ ทั้งภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ สารคดี เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยมากถึง 810 เรื่อง สร้างรายได้มากกว่า 3,000 ล้านบาท ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ประเทศไทยประกาศให้มีมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่ถ่ายทำในประเทศไทย (Incentive Measures) เป็นครั้งแรก จึงทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์จากทั่วโลกสนใจและตัดสินใจเลือกเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย โดยภาพยนตร์ที่ได้รับพิจารณาการเงินไปแล้ว มีจำนวน 2 เรื่อง จากสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เรื่อง Changeland และ Triple Threat แต่ละเรื่องมีการใช้จ่ายเงินในประเทศไทยเกิน 50 ล้านบาท ซึ่งถ้ามองโดยภาพรวมประเทศไทยได้รับประโยชน์ทั้งจากเม็ดเงินที่เข้ามาลงทุน ทำให้เกิดการสร้างงาน กระจายรายได้ลงสู่ทุกภาคส่วน และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยผ่านสื่อภาพยนตร์ รวมทั้งศักยภาพ ทักษะ ความรู้ ความสามารถของทีมงานคนไทย อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการถ่ายทำ และสตูดิโอขนาดมาตรฐาน ที่สามารถรองรับการทำงานของทีมนักสร้างภาพยนตร์จากทั่วโลก” นับเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งของกรมการท่องเที่ยวที่ต้องการปลูกฝังให้เยาวชนที่จะก้าวสู่การเป็นบุคลากรด้านภาพยนตร์ทั่วโลกเกิดความคุ้นชินและให้ความสำคัญกับประเทศไทยเป็นประเทศแรกเมื่อมีโครงการภาพยนตร์ในอนาคต เพื่อรักษาตำแหน่งประเทศไทยในฐานะจุดหมายการถ่ายทำภาพยนตร์ของโลกในระยะยาว ทำให้เยาวชนเหล่านี้มั่นใจถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับการถ่ายทำ ทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือ และความสวยงามของทัศนียภาพ

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นนอกจากเกิดจากกระแสของภาพยนตร์ ละคร ที่ส่งผลต่อบุคคลจนทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้ที่มีส่วนในการสร้างภาพยนตร์ ละคร เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เนื่องจากภาพยนตร์สามารถเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมหลังจากชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังสามารถทำให้ผู้ชมอยากไปเยี่ยมชมประเทศที่เห็นจากภาพยนตร์ ความปรารถนาของผู้ชมที่อยากไปเที่ยวนั้นถูกกระตุ้นจากวิวัตทัศน์ทัศนียภาพ และสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ตามที่ถ่ายทอดจากภาพยนตร์ (S. Hudson, Y. Wang, & S. M. Gil, 2011b) สอดคล้องกับการศึกษาของ Yang (2011) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของภาพยนตร์ต่อภาพลักษณ์สถานที่และความสนใจเยี่ยมชมพบว่า ยิ่งผู้ชมภาพยนตร์มีความเคลิบเคลิ้มหรือหลงใหลในภาพยนตร์มากเท่าไรก็จะยิ่งทำให้มีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและสนใจที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นมากขึ้นเท่านั้น ความคลั่งไคล้ในภาพยนตร์เป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดและความสนใจเยี่ยมชม อิทธิพลจากการหลงใหลภาพยนตร์นั้นมีความสำคัญมากกว่าอิทธิพลจากประเภทของภาพยนตร์ อีกทั้งความอึดอ้อมใจจากภาพยนตร์นั้นเป็นสื่อกลางสำคัญ ทำให้รู้สึกคุ้นเคยสถานที่ในเบื้องต้นกับภาพลักษณ์ของสถานที่อีกด้วย สามารถสรุปได้ว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างภาพยนตร์มีความสำคัญในการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในสถานที่ต่าง ๆ ดังนั้น ความเข้าใจในมุมมองของผู้เกี่ยวข้องในประเด็นดังกล่าวมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ทราบถึงแนวทางการนำเสนอและเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกต้องการไปเยี่ยมชม ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการในหลากหลายศาสตร์ เช่น นักวิจัยบางคนพยายามที่จะเข้าใจประสบการณ์ของผู้ชม (S. Kim, 2012a; N. Macionis, 2004) ในขณะที่คนอื่น ๆ มุ่งเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวปลายทางและศักยภาพทางการตลาด (Joliveau, 2009; H. S. Kim, 2005) และประเด็นที่ได้รับความสนใจมากคือ การศึกษาเกี่ยวกับประเภทของนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในภาพยนตร์ เฉพาะเรื่อง Macionis (2004) ระบุว่า นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ โดยบังเอิญ (Serendipitous) ทั่วไป (General) และเจาะจง (Specific) (ตาราง 4)

ตาราง 4 แสดงแรงจูงใจในการเดินทางตามรอยภาพยนตร์

ระดับความสนใจในภาพยนตร์		
←	→	→
นักท่องเที่ยวโดยบังเอิญ (Serendipitous Film Tourist)	นักท่องเที่ยวทั่วไป (General Film Tourist)	นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (Specific Film Tourist)
- นักท่องเที่ยวที่เพิ่งจะไปในแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่ปรากฏในภาพยนตร์	- นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ถูกดึงไปยังสถานที่ถ่ายทำโดยเฉพาะ แต่เป็นผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวปลายทางของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	- นักท่องเที่ยวที่ตามหาสถานที่ที่พวกเขาเห็นจากภาพยนตร์
แรงจูงใจ	แรงจูงใจ	แรงจูงใจ
- ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) - ความแปลกใหม่ (Novelty)	- การหลีกหนี (Escape) - ความแปลกใหม่ (Novelty) - การศึกษา (Education) - การโหยหาอดีต (Nostalgia)	- การพัฒนาตนเอง (Ego-enhancement) - การค้นพบตนเอง (Self-actualization) - การจาริกแสวงบุญ (Pilgrimage) - การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious Experience) - จินตนาการ (Fantasy) - สถานะ ศักดิ์ศรี (Status/Prestige) - โรแมนติก (Romance) - การโหยหาอดีต (Nostalgia)
การเพิ่มแรงจูงใจในการค้นพบตนเอง (Increasing Self-actualization Motivation)		
←		
การลดความสำคัญเรื่องความเดิมแท้ (Decreasing Importance Authenticity)		
←		
การเพิ่มความสำคัญเรื่องปัจจัยผลักดัน (Increasing Importance of Push Factors)		
←		

ที่มา: Macionis, 2004

นักท่องเที่ยวทั้งสามประเภทนี้มีปัจจัยจูงใจที่แตกต่างกันและส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวปลายทางต่างกัน แต่ศักยภาพของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่มีมากที่สุดนั้นมาจากแฟนคลับ (นักท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจง) แฟนหนังที่เดินทางรอบโลกและตามรอยตัวละครในภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ ซึ่งตรงกับที่ สุวีร์ณัสนัย โสภณศิริ (2554) ได้อธิบายว่า ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์มีอิทธิพลอย่างมากในการทำให้ผู้คนรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกใช้ในการถ่ายทำ อีกทั้งยังมีส่วนอย่างมากในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว

โดยนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใด ๆ เนื่องจากความประทับใจที่มีต่อภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์นับได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวเพื่อตามรอยภาพยนตร์

จากการศึกษาของนักวิจัยหลายท่าน (Beeton, 2005a; Hudson, & Ritchie, 2006a, 2006b; H. Kim, & Richardson, 2003; R. Riley, & Van Doren, 1992; Tooke, & Baker, 1996) พบว่า ภาพยนตร์เป็นปัจจัยดึงดูดที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ และปัจจัยแรกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เหล่านี้ได้ถูกเปลี่ยนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในการไปเยี่ยมชม เช่น ภาพยนตร์เรื่อง The Lord of the Rings ประเทศนิวซีแลนด์ Macionis (2007) กล่าวว่า ในแง่ภาพยนตร์ปัจจัยแรงดึงดูดอีกตัวหนึ่ง คือ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์ที่จะพาผู้ชมไปท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ของโลกซึ่งอยู่ในจินตนาการเพื่อหลีกเลี่ยงความเป็นจริงและได้สัมผัสถึงความโรแมนติก หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ประสบการณ์ทดแทน (Vicarious Experience) ผู้ชมไม่ได้ถูกดึงดูดด้วยฉากหรือสถานที่จากทางภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวแต่อาจถูกดึงดูดด้วยเนื้อเรื่อง ประเภทของภาพยนตร์ บทภาพยนตร์ หรือ ความรู้ที่ได้รับจากภาพยนตร์ ซึ่งสำหรับคนบางกลุ่ม เนื้อเรื่องอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงผู้ชมกับภาพยนตร์ไว้อย่างแนบแน่นจนมีอิทธิพลทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เป็นฉากในภาพยนตร์ จากการศึกษาของ Frost (2004b) พบว่า การชมภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ เช่น เรื่อง High Noon และ Ned Kelly ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจที่จะท่องเที่ยว เนื่องจากเกิดความประทับใจจากเนื้อเรื่องด้านประวัติศาสตร์มากกว่าสถานที่ ซึ่งถึงแม้ว่าภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จะถ่ายทำในสถานที่ที่น่าดึงดูดใจ แต่นั่นก็ไม่ใช่อะไรดึงดูดหลักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่เป็นเนื้อเรื่องอิงประวัติศาสตร์มากกว่าที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยว และปัจจัยสุดท้ายที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ คือ การท่องเที่ยวตามรอยดาราดังหรือบุคคลมีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบ ดาราหรือบุคคลมีชื่อเสียงนั้นมีอิทธิพลต่อการจูงใจผู้ชมเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมบันเทิงใช้หลักการนี้ในการเชื่อมธุรกิจทางวัฒนธรรม และความชื่นชอบของบุคคล ทำให้ประสบความสำเร็จในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร (McCracken, 1989) สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Macionis (2007) ที่กล่าวว่า ดารานักแสดงนั้นเป็นส่วนประกอบที่ทรงอิทธิพลมากในสื่อมวลชน และเป็นเครื่องมือสำคัญในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณา และรวมไปถึงงานเขียน เพราะสามารถสร้างกระแสต่าง ๆ จากบทบาทที่ได้รับในภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ทำให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามวรรณกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีวิธีการในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นทั่ว ๆ ไป (ตาราง 5)

ตาราง 5 แสดงปัจจัยหลักและปัจจัยตั้งในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ปัจจัยตั้ง (ภาพยนตร์)		ปัจจัยหลัก (แรงกระตุ้นจากภายใน)	
สถานที่ (Place)	บุคลิกภาพ (Personality)	การแสดง (Performance)	
สถานที่ถ่ายทำ ภาพยนตร์ (Location)	นักแสดง (Cast)	โครงเรื่อง (Plot)	การรักษาสถานะ (Ego-enhancement)
ฉาก (Scenery)	บทบาทในภาพยนตร์ (Characters)	แก่นเรื่อง (Theme)	สิ่งแปลกใหม่ (Novelty)
สภาพภูมิอากาศ (Weather)	บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity)	ประเภท (Genre)	สถานภาพและชื่อเสียง ทางสังคม (Status/Prestige)
ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Origin)	ดาราดัง (Stars)		โลกจินตนาการ/หลีกหนี ความจำเจ (Fantasy/Escape)
ปัจจัยทางสังคม (Social Origin)			ประสบการณ์ทดแทน (Vicarious Experience)
กิจกรรม (Activity Origin)			การค้นหาตัวตน (Search for Self- Identity)

ที่มา: Macionis, 2007

จากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่านพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เกิดจากแรงกระตุ้นภายใน เช่น การศึกษาของ Suni, & Komppula (2012) ที่แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ผู้ควบคุม (Controllers) ความรู้สึกไม่แยแส (Indifferent) การโหยหาอดีต (Nostalgia) ผู้ที่ต้องการความสบาย (Comfort Seekers) ผู้ที่แสวงหาความแปลกใหม่ (Novelty Seekers) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลเดินทางตามรอยสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร ได้แก่ การควบคุม (Control) ความแปลกใหม่ (Novelty) ความผ่อนคลาย (Relaxation) และการโหยหาอดีต (Nostalgia) การศึกษาเกี่ยวกับประเภทของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถนำมาใช้ในการกำหนดตลาด

เป้าหมาย อย่างไรก็ตาม การพยายามกำหนดตลาดเป้าหมายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ อย่างละเอียดเป็นเรื่องที่ยากเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวเฉพาะแบบอื่น ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ไม่ได้ให้บริการเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ในความเป็นจริงภาพยนตร์ทุกเรื่องมีตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกันไปในตัวของมันเอง ทั้งในด้านข้อมูลส่วนตัว พฤติกรรม และข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวปลายทางบางแห่ง ตัวละครบางตัว หรือเนื้อเรื่องบางเรื่องที่แสดงในภาพยนตร์หรือ ซีรีส์ทีวีดึงดูดผู้คนกลุ่มใหญ่ได้ เช่น “The Lord of the Rings”, “The DaVinci Code”, “The Beach”, “Australia” หรือ “Sex and the City” ในขณะที่บางเรื่องดึงดูดความสนใจได้เพียงกลุ่มเล็ก ๆ เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่เผยแพร่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ขนาดเล็ก เช่น “Balamory” – รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กก่อนวัยเรียนซึ่งถ่ายทำในเกาะสก๊อตแลนด์ (Connell, 2005, p. 763) “Die Schwarzwald-klinik”- รายการโทรทัศน์ของเยอรมนี ซึ่งดึงดูดใจให้ผู้ชมไปเที่ยวชมป่าดำ (Black Forest) และภาพยนตร์ฝรั่งเศสเรื่อง “St Tropez” ซึ่งส่งเสริมให้ Côte d’Azur เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่น่าสนใจ ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่าขนาดของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อาจขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ของผู้คน (Tomala, & Faber, 2011)

แรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นอกจากจะต้องมีความโดดเด่นและสอดคล้องไปกับอารมณ์ของภาพยนตร์/ละครแล้ว ยังต้องสามารถสร้างความประทับใจจนทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากเดินทางมาเยี่ยมชม ทั้งนี้ ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้สามารถจับใจผู้ชมได้นั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประชาชนในพื้นที่ที่เป็นเจ้าของแหล่ง และผู้ที่ถ่ายทอดแหล่งท่องเที่ยว เช่น ผู้กำกับภาพยนตร์ ละคร ที่เป็นผู้เกี่ยวข้องทางอ้อมมีบทบาทสำคัญในการสร้างให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยม เนื่องจากเป็นผู้สร้างหรืออีกนัยหนึ่งคือเป็นผู้ที่กำหนด Mood and Tone ของสถานที่ให้ถูกใจผู้ชม ซึ่งการนำเอาวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างจุดเด่นให้กับสถานที่นั้นเกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจที่ผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมมีต่อสถานที่และวรรณกรรม

แรงบันดาลใจ (Inspiration) หมายถึง พลังอำนาจในตนเองชนิดหนึ่ง ที่ใช้ในการขับเคลื่อนการคิดและการกระทำใด ๆ ที่พึงประสงค์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามต้องการ โดยไม่ต้องอาศัยแรงจูงใจ (Motivation) ภายนอกก่อให้เกิดแรงจูงใจขึ้นภายในจิตใจเสียก่อน เพื่อที่จะกระตุ้นให้เกิดการคิดและการกระทำในสิ่งที่พึงประสงค์เหมือนเช่นปกติวิสัยของมนุษย์ส่วนใหญ่ ไม่ว่าสิ่งทีตนกระทำนั้นจะยากสักเพียงใดตนก็พร้อมที่จะฝ่าฟันอุปสรรคทั้งหลายสู่ความสำเร็จที่ต้องการให้จงได้

แม้จะต้องเสียสละบางสิ่งของตนเองไปบ้างก็พร้อมที่จะเสียสละได้เสมอ ถ้าจะช่วยนำมาซึ่งผลสำเร็จที่ต้องการนั้นได้จริง ๆ (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2551) สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Anacamee (2009) ที่ได้ให้ความหมายของแรงบันดาลใจว่าหมายถึง จุดเริ่มต้นของความปรารถนาพิเศษจำเพาะ ซึ่งอยู่เหนือกว่าความปรารถนาพื้นฐานโดยทั่วไป เพราะแรงบันดาลใจไม่อาจเกิดขึ้นได้บ่อย ๆ แต่มันจะต้องมีจังหวะและสิ่งที่คุณคิดว่าพิเศษจนก่อให้เกิดเจตจำนงอันแน่วแน่ว่าจะคิดหรือการทำบางสิ่งบางอย่างขึ้นมาซึ่งแอบแฝงไว้ด้วยนัยพิเศษมิใช่เป็นนัยทั่วไป ความปรารถนาพื้นฐานทั่วไปนั้นเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวันตลอดเวลา หรืออาจจะเรียกว่าเกิดขึ้นได้ง่าย แต่สำหรับความปรารถนาพิเศษจำเพาะหรือแรงบันดาลใจแล้ว มันเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยากกว่า เพราะต้องใช้ศักยภาพและความพยายามอันมหาศาล กว่าที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้ ในขณะที่ Bass, & Avolio (1994) กล่าวว่า แรงบันดาลใจหมายถึง การจูงใจ การคล้อยตาม ด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้ตาม สอดคล้องกับทัศนะของ ภูเบศร์ สมุทรจักร (2552) ที่อธิบายที่มาของคำว่า “แรงบันดาลใจ” (Inspiration) ว่ามาจากภาษาละตินว่า สปิราเร่ (Spirare) หมายถึง ลมหายใจ ซึ่งเป็นรากศัพท์ของคำว่า Spirit ที่แปลว่า จิตวิญญาณ คำว่า Inspire จึงแปลว่า การผ่านลมหายใจ หรือการผ่านจิตใจของคนหนึ่งเข้าไปในอีกคนหนึ่ง ลมหายใจหรือจิตใจที่ผ่านเข้าไปนี้ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับนั้นดำเนินชีวิตได้ นอกจากนั้นยังระบุว่า แรงบันดาลใจน่าจะจัดเป็นแรงจูงใจ (Motivation)

อย่างไรก็ตาม ตำราและแนวคิดทฤษฎีไม่ได้กล่าวถึงการสร้างแรงจูงใจด้วยการสร้างแรงบันดาลใจ มีเพียงประเด็นภาวะผู้นำที่กล่าวถึงเทคนิคการสร้างแรงจูงใจที่เชื่อมโยงกับเทคนิคการเป็นผู้นำ โดยมีหลักคิดว่าการเป็นผู้นำต้องรู้จักการจูงใจคนด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังเช่น การอธิบายตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1954) ทฤษฎี ERG ของ Alderfer (1969) ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) ทั้งนี้ แรงบันดาลใจอาจไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นใด ๆ ไม่มีสิ่งตอบแทนจากภายนอกมาให้เปรียบเทียบกับความต้องการเพื่อบอกว่าเท่ากับที่คาดหวังหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง ในทางกลับกันแรงบันดาลใจเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหนึ่งเกิดความรู้สึกประทับใจ เลื่อมใส ศรัทธาในคำพูด แง่คิด หรือการกระทำบางอย่างของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จนกระทั่งสามารถมากำกับทัศนคติ และพฤติกรรมของตน และกลายเป็นพลัง หลักการ และตัวตน เช่น โอบามา สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ชาวอเมริกันด้วยคำว่า Change และ We can

ด้วยเหตุนี้จึงพอจะบ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของที่มาของคำสองคำได้อย่างชัดเจนระหว่างคำว่า “แรงจูงใจ” (Motivation) กับคำว่า “แรงบันดาลใจ” (Inspiration) โดยด้านของแรงจูงใจ (Motivation) ก็คืออำนาจรับรู้สิ่งเร้าที่เป็นเงื่อนไข อารมณ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นตัวบงการให้เกิดพฤติกรรมภายนอกต่อไป ส่วนแรงบันดาลใจ ก็คืออำนาจอันเกิดจากจิตวิญญาณซึ่งเป็นแก่นแท้ของตนเอง โดยใช้เงื่อนไขภายในจิตใจของตนด้วยตัวเอง ซึ่งเรียกว่า “การสำนึกรู้” (Conscious) สิ่งนี้เป็นตัวกำหนดการกระทำออกมา คิดดีจึงทำสิ่งดี คิดไม่ดีผลการกระทำจึงออกมาไม่ดีตามความคิด

เราสามารถรู้จักต้นไม้ โดยดูจากผลของมัน ดังนั้นความคิดจึงเป็นตัวกำหนดการกระทำ การกระทำกำหนดอุปนิสัย และอุปนิสัยเป็นตัวกำหนดผลปลายทางในชีวิต “แรงบันดาลใจ” เป็นสิ่งสำคัญ เพราะแรงบันดาลใจทำให้เรามีแรงขับเคลื่อน แรงบันดาลใจเป็นขุมพลังทั้งในการจุดระเบิดแรกเริ่ม และยังคงเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงประคับประคองให้เราทำสิ่งนั้นจนสำเร็จลุล่วงไปได้

Bass, & Avolio (1994) อธิบายเพิ่มเติมว่า แรงบันดาลใจเป็นองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ หรือเรียกว่า “4I” (Four I’s) ตามโมเดลภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ตาม พัฒนาความสามารถและศักยภาพของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจ และวิสัยทัศน์ของทีมและองค์กร ประการแรก คือ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) ผู้นำเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ตาม ผู้นำเป็นผู้ที่น่ายกย่อง น่าไว้วางใจ เป็นผู้มีศีลธรรม และมีจริยธรรมสูง ประการที่สอง คือ การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) ผู้นำเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ สร้างเจตคติที่ดี การคิดเชิงบวก ประการที่สาม คือ การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) ผู้นำกระตุ้นผู้ตามให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หาแนวทางใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหา และประการสุดท้าย คือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) ผู้นำดูแลเอาใจใส่และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ผู้นำแบบนี้จะมีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ดึงดูดใจให้สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ (ภาพ 2)



ภาพ 2 องค์ประกอบของแรงบันดาลใจ

ที่มา: Bass, & Avolio, 1994

จากภาพ 2 จะเห็นได้ว่าแรงบันดาลใจของผู้นำมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ร่วมในเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยมี “4I” เป็นตัวสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้ Idealized Influence ซึ่งก็คืออิทธิพลของวรรณกรรมที่เป็นเรื่องของจินตนาการที่เป็นตัวกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) ให้เกิดแรงจูงใจในการกระทำ (Inspiration Motivation: IM) โดยมีความเห็นของบุคคลเป็นตัวกำหนด (Individualized Consideration: IC) สำหรับกรณีของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้น ผู้นำ ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นผู้มีแรงบันดาลใจในการสรรค์สร้างผลงาน (ในกรณีนี้คือแหล่งท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ละคร) และสามารถกระตุ้นผู้ชมให้เกิดการเดินทางมายังสถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ ละคร ดังนั้น ความหมายของ “4I” ที่มีต่อผู้นำในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ หรือแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ (Inspirational Creationship) มีรายละเอียดดังภาพ 3



ภาพ 3 แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์

ที่มา: พัฒนาจากแนวคิดของ Bass, & Avolio, 1994

จากภาพ 3 จะเห็นได้ถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดองค์ประกอบแรงบันดาลใจ ของ Bass, & Avolio (1994) สู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ (Inspirational Creationship) ซึ่งมีรายละเอียดคือ

1. การเป็นแบบอย่างที่ดี (Idealized Influence: II) คือ การสรรค์สร้างแบบอย่างที่ดีหรือของดีในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
2. การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Intellectual Stimulation: IS) คือ การทำให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
3. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation: IM) คือ การสร้างแรงจูงใจและคล้อยใจให้นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกค้นหาความหมายและความท้าทายในเรื่องที่ตนสนใจ
4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) คือ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว โดยการนำลักษณะเด่นเฉพาะจากวรรณกรรมมาใช้

ทั้งนี้ Robinson, & Hans-Christian (2002) กล่าวถึงแนวคิดในการใช้วรรณกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจจนเกิดเป็นการเดินทาง เริ่มตั้งแต่เกิดความประทับใจในตัวนักประพันธ์และผลงานด้านวรรณกรรม เป็นความซาบซึ้งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล และในทันทีเริ่มตั้งแต่ผู้อ่านได้อ่านและเข้าใจเนื้อหาในวรรณกรรมเรื่องนั้น ๆ ผลงานวรรณกรรมตามรูปแบบที่สร้างสรรค์ของนักเขียนกลายมาเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักอ่านจึงเกิดธุรกิจการท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม อันนำไปสู่การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เมื่อวรรณกรรมนั้น ๆ ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์หรือละคร จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าแรงบันดาลใจเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงาน (เช่น แหล่งท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ละคร) และแรงบันดาลใจยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการนำเสนอประสบการณ์ให้กับผู้ชม/นักท่องเที่ยวด้วย ทั้งการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และวรรณกรรมสร้างสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ และภาพที่คุ้นเคยของสถานที่เหล่านั้นผ่านการเล่าเรื่องในจินตนาการและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เรียกว่าคุณค่าการผลิต ซึ่งรวมถึงตัวละคร อารมณ์ต่าง ๆ และเรื่องราวสะเทือนใจ การได้ยินและการมองเห็นที่ส่งผลด้านสุนทรียะ (S. Kim, 2012a) ซึ่งทั้งสองอย่างนี้เน้นถึงความสำคัญของความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน (ผู้ชมและตัวละคร ผู้อ่าน ตัวละครและผู้แต่ง) เรื่องราว (เรื่องราวส่วนตัวของผู้ชม และเรื่องราวที่สร้างขึ้นจากตัวละคร) กับสถานที่ต่าง ๆ (Roesch, 2009) ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นสามารถใช้ประโยชน์จากผลของการส่งเสริมการขายในเชิงบวกที่การเชื่อมโยงภาพยนตร์และหนังสือสามารถนำมาใช้ได้ ในจุดหมายปลายทางที่เฉพาะเจาะจงเพื่อมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น

คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การรับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไป ทั้งตาม เพศ วัย การศึกษา ทักษะ และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้การเดินทางแต่ละครั้งมีความสมหวัง ผิดหวัง ขึ้นขอบจนต้องกลับมาอีก หรือว่าครั้งเดียวพอ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะมีการประเมินผลประสบการณ์ที่ตนได้รับระหว่างการเดินทาง เช่น ในช่วงที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ ณ สถานที่นั้นแล้วได้รับความพอใจและประทับใจในสิ่งต่าง ๆ ก็ารู้สึกพอใจต่อการเดินทางและเป็นประสบการณ์ที่ดี แต่ถ้าไม่พอใจในสภาพแวดล้อม ผู้คน หรือการบริการจากสถานที่นั้นก็จะมีส่วนทำให้การเดินทางครั้งนั้นไม่เป็นที่ถูกใจ และอาจทำให้ผู้เดินทางนั้นนำประสบการณ์ที่วุ่นวายมาพิจารณาประกอบในการเดินทางครั้งต่อไป หรืออาจนำประสบการณ์ดังกล่าวบอกต่อ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรายอื่น จากรายละเอียดดังกล่าวสามารถแบ่งประสบการณ์ ได้ 2 แบบ คือ ประสบการณ์บวก (Positive Experience) ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่เป็นที่พอใจ ก่อให้เกิดความประทับใจ และประสบการณ์ลบ (Negative Experience) ได้แก่ เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่ไม่น่าพอใจ ไม่ว่าจะเป็นการบริการ การปฏิบัติตนของเจ้าของสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ (Jin, Lee, & Lee, 2015) ดังจะเห็นได้จากงานของนักวิจัยบางท่านที่ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดจากคุณภาพการบริการเพื่อกำหนดและสร้างตัวแปรนามธรรม (Construct) สำหรับ 'คุณภาพประสบการณ์' ในหมวดหมู่ที่หลากหลายมากขึ้น (Jae Ko, Zhang, Cattani, & Pastore, 2011; Ko, & Pastore, 2005) ในทางกลับกัน การประเมินคุณภาพประสบการณ์ของลูกค้าช่วยทำให้มีความเข้าใจที่ดีขึ้นในเรื่องของประสบการณ์การบริโภค ซึ่งรวมถึงการตอบสนองทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาโดยการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (Anastasopoulos, 1992; Cole, & Scott, 2004; Lam, & Hsu, 2006) ดังนั้น การทำความเข้าใจประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจึงกลายเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับกลยุทธ์การตลาดเนื่องจากประสบการณ์เชิงบวกส่งผลกระทบต่อประเมินผลการบริโภคหลังการท่องเที่ยวในหลายแง่มุม เช่น ความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และคุณค่าที่รับรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมกรการท่องเที่ยวพบว่าคุณภาพประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบต่าง ๆ และให้ข้อมูลที่มีความหมายเพื่อทำความเข้าใจกับการรับรู้ของลูกค้าได้ดีขึ้น เช่น จากการศึกษาของ Dann (1996) พบว่า ประสบการณ์ต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์สถานที่ และประสบการณ์ก่อนหน้าของจุดหมายปลายทางสร้างการรับรู้เชิงบวกที่นำไปสู่การท่องเที่ยวซ้ำ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Cole, & Illum (2006) ที่พบว่าคุณภาพประสบการณ์มีส่วนช่วยกำหนดคุณลักษณะอย่างมีนัยสำคัญในภาพรวมด้านความพึงพอใจและความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานเทศกาล นอกจากนี้ Kao et al. (2008) เห็นว่า

ประสบการณ์ที่มีคุณภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจเชิงประสบการณ์และความภักดีของผู้เข้าชมต่อสวนสนุกปัจจุบัน Chen, & Chen (2010) สรุปในประเด็นนี้ว่า คุณภาพของประสบการณ์เป็นตัวทำนายที่สำคัญของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในหมู่นักท่องเที่ยวแหล่งมรดก และส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าเช่นกัน

ทั้งนี้ ภาคบริการการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันซึ่งการแยกองค์ประกอบหลายอย่างจะกำหนดคุณภาพของประสบการณ์เพื่อให้เข้าใจนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น (Chen, & Chen, 2010; Lian Chan, & Baum, 2007; Otto, & Ritchie, 1996) ตัวอย่างเช่น Otto, & Ritchie (1996) เห็นว่า มาตรการคุณภาพบริการอาจไม่เพียงพอที่จะเข้าใจความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ของผู้คนที่ได้ดีขึ้น ดังนั้นจึงจัดประเภทคุณลักษณะภายใน 4 ประการ ได้แก่ สุขทริยรส (Hedonics) ความสงบของจิตใจ (Peace of Mind) การมีส่วนร่วม (Involvement) และการยอมรับ (Recognition) เพื่อวัดคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว และสายการบิน นอกจากนี้ Cole, & Scott (2004) ใช้ปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความบันเทิง (Entertainment) การศึกษา (Education) และชุมชน (Community) เพื่อประเมินคุณภาพประสบการณ์ของผู้มาเยือนสวนสัตว์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับคุณภาพการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจโดยรวม และความตั้งใจกลับมาเยี่ยมชมของผู้มาเยือน Kao et al. (2008) วัดคุณภาพประสบการณ์จาก 4 มิติย่อย: การมีใจจดจ่อ (Immersion) ความประหลาดใจ (Surprise) การเข้าร่วม (Participation) และความสนุกสนาน (Fun) ในการศึกษาที่การมีใจจดจ่อถูกอธิบายว่าเป็นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเมื่อพวกเขาใช้เวลาหรือจ่ายเงินสำหรับค่าบริการ ในขณะที่ความประหลาดใจถูกเรียกว่าเป็นความสดใหม่หรือความพิเศษของประสบการณ์เพราะลูกค้าพบกับสิ่งเราที่ไม่เหมือนใครจากสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดระหว่างการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ การเข้าร่วมแสดงถึงระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและบริการหรือผลิตภัณฑ์เมื่อใช้เวลาหรือเงิน และความสนุกถูกระบุว่าเป็นความสุขและความเพลิดเพลินของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากคุณค่าของวรรณกรรมในเรื่องคุณค่าการรับรู้เชิงประสบการณ์นั้นเกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางวรรณกรรมที่เกิดจากการสร้างฉากซึ่งผู้ประพันธ์ใส่รายละเอียดลงไปได้อย่างชัดเจน สมจริงในเนื้อเรื่องที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นในฉากนั้น ๆ ช่วยให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการเรื่องราวไปตามบทประพันธ์ที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจจะถ่ายทอด ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกนึกคิด (Imagination) และอารมณ์ร่วม และยังเพิ่มเสน่ห์ของสถานที่เชื่อมโยงกับวรรณกรรมมากขึ้น ถือเป็นคุณค่าการรับรู้เชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อันเกิดจากคุณค่าของวรรณกรรมในอีกรูปแบบหนึ่ง เช่น จากการศึกษาของ Kim (2012a) พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เชิงอารมณ์ (Emotional Experience) เมื่อเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำ

ซีริส์เรื่อง “แดจังกึม” ในขณะที่การศึกษาของ Kim, & Kim (2018) พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ในเมืองฮ่องกงได้รับประสบการณ์ด้านความหวาดเสียวจากแหล่งท่องเที่ยว และอธิบายเพิ่มเติมว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแบบเดียวกัน Macionis (2004) สรุปในประเด็นนี้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันจะให้ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน โดยคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของสถานที่ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนในการตีความและการบริโภคจากสื่อต่าง ๆ จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอนุมานได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละประเภทจะให้คุณค่าเชิงประสบการณ์ที่แตกต่างกัน รายละเอียดของคุณค่าประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถสรุปได้ดังตาราง 6

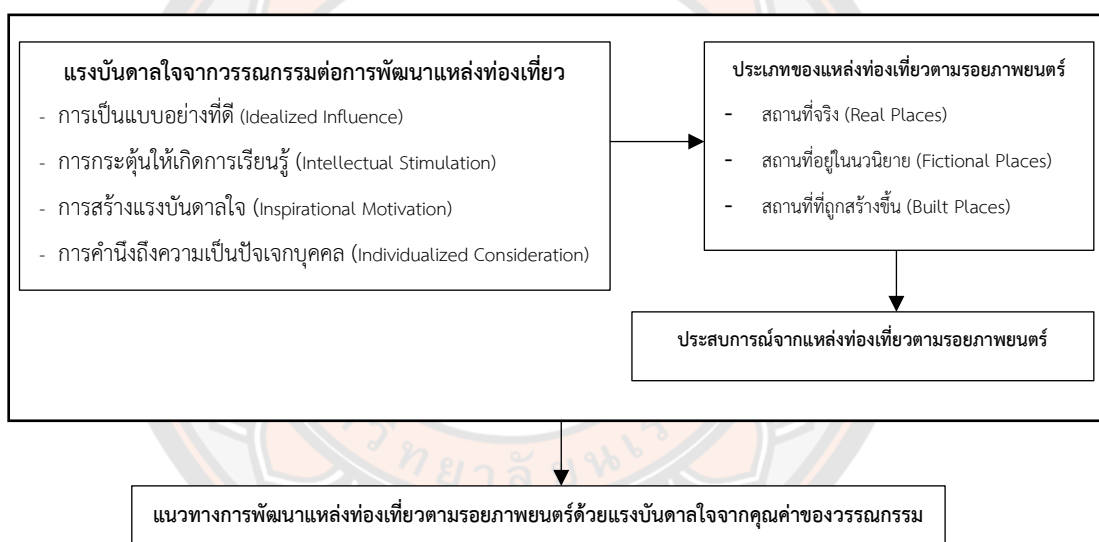
ตาราง 6 แสดงคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

คุณค่าเชิงประสบการณ์	ความหมาย
สุนทรียรส (Hedonics)	การตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึก เช่น การจดจำ/ระลึกถึง (Memorability) ความสนุกสนาน/เพลิดเพลิน (Enjoyment) หรือความตื่นเต้น (Excitement)
การยอมรับ (Recognition)	มีความเชื่อมโยงกับคุณค่าและความรู้สึกมั่นคงใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ
การเข้าร่วม (Participation)	การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น การใช้เวลา การใช้จ่าย การทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว
ความประทับใจ (Impression)	ความประทับใจและภาคภูมิใจเมื่อได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่และเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวข้องกับสถานที่
ความแปลกใหม่ (Novelty)	การที่นักท่องเที่ยวได้พบกับสิ่งที่อยู่นอกเหนือจากความคุ้นเคย และเกิดจากแรงกระตุ้นภายในจิตใจหรือแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำในเชิงบวกและสนุกสนาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ “สิ่งใหม่ ๆ” และ “สิ่งที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันปกติ”
ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality)	เกี่ยวข้องกับ การจองสถานที่/เหตุการณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นตามละคร/ภาพยนตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เสมือนจริง
ความชื่นชม (Admiration)	การที่นักท่องเที่ยวมีความชื่นชมในตัวละคร/ฉาก จากวรรณกรรม/ละครที่ได้ อ่าน/ชม แล้วออกตามรอยละครเพื่อสัมผัสสภาพนั้นด้วยตนเองในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เป็นความชื่นชมส่วนบุคคล

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงลักษณะของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ และข้อมูลดังกล่าวสามารถช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้ส่งมอบประสบการณ์ได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม” กำหนดกรอบการวิจัยไว้ใน 4 มิติ คือ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงบันดาลใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ดังนี้



ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: พัฒนาเพื่อการศึกษา

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากวรรณกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับจากวรรณกรรม โดยความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันดังกล่าวจะแสดงให้เห็นว่าในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละประเภทต้องพิจารณาเรื่องลักษณะของวรรณกรรมที่นำมาใช้ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถนำเสนอคุณค่าเชิงประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

สรุป

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากคนจำนวนมากได้มองหาแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร เพื่อเติมเต็มประสบการณ์จากการดูภาพยนตร์/ละคร ทำให้แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ต่าง ๆ มีโอกาสที่จะนำเสนอทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อดึงดูดคนให้เดินทางมายังพื้นที่และมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีลักษณะที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นจึงส่งมอบประสบการณ์ที่แตกต่างไปยังนักท่องเที่ยวเช่นกัน ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จำเป็นต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของวรรณกรรมที่นำมาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ตลอดจนประสบการณ์ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้เมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว



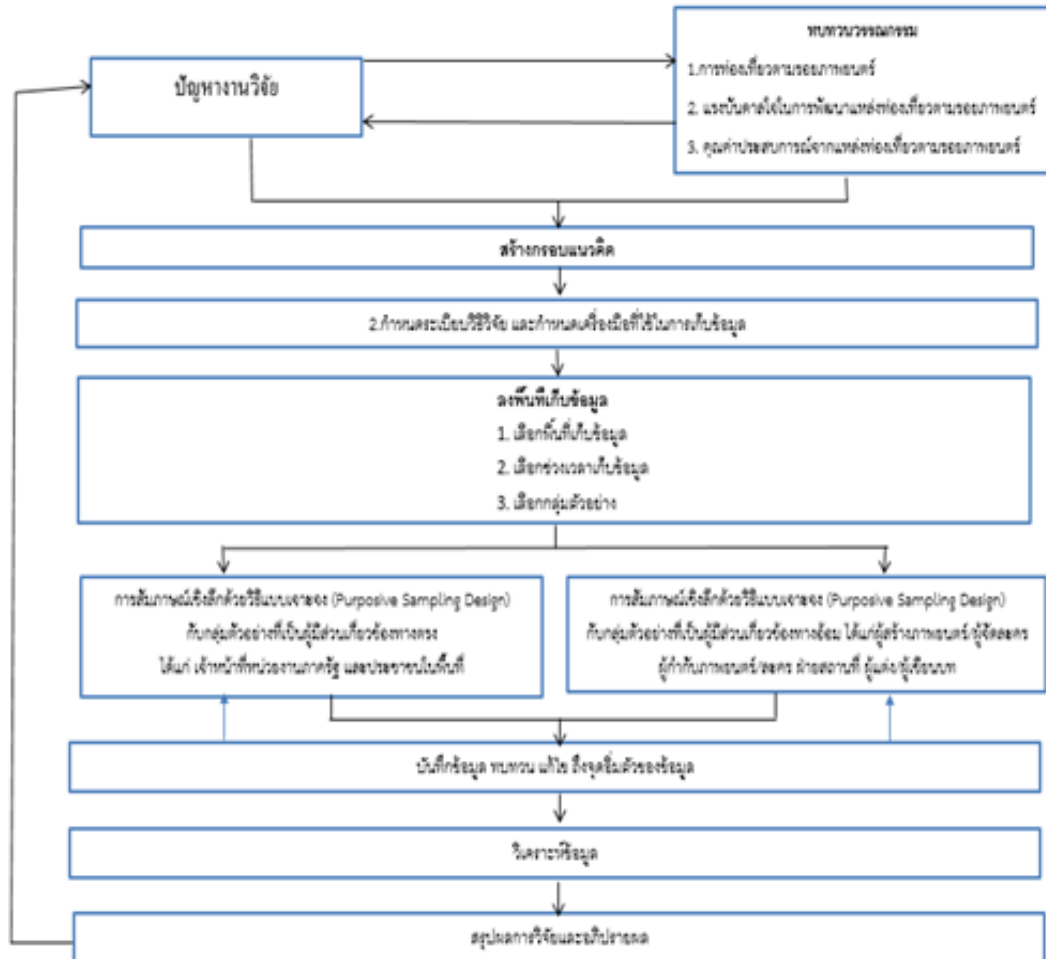
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ 2) เพื่อศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยสอบถามความคิดเห็นเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางตรงกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ มีแนวทางการวิจัยดังนี้



การออกแบบการวิจัย



ภาพ 5 การออกแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงบันดาลใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในครั้งนี้ได้ใช้แนวทางวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจถึงที่มาและประเด็นที่ศึกษาได้อย่างละเอียดรอบด้านมากขึ้น (Salminen, 2003)

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางตรง ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และประชาชนในพื้นที่ เพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม การนำวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typologies Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ ซึ่งแนวทางการวิเคราะห์ดังกล่าวจะช่วยให้เข้าใจในแรงบันดาลใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ตลอดจนคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน (Sproule, 2006)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาโดยใช้แนวคิดวรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของ Bidaki, & Hosseini (2014) ในการแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) และแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) ดังนั้น พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) คือ “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” ตำบลชากพง อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง มีชื่อเสียงว่าเป็นหนึ่งในกวีเอกโลก ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนต์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน และมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของท่าน ที่เดินทางทางเรือมาเยี่ยมบิดาซึ่งบวชเป็นพระอยู่ที่อำเภอกาญจนบุรี ดังปรากฏใน “นิราศเมืองแกลง” และ “หาดทรายแก้ว” เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นฉากหนึ่งของเรื่องราวที่เกิดขึ้นใน “พระอภัยมณี” วรรณกรรมชิ้นเอกของท่านที่ทำให้ได้รับรางวัล “ศิลปินเอกของโลก” จากองค์กรยูเนสโก

2. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) คือ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอลำลูกกา จังหวัดนครสวรรค์ จากละครเรื่อง “กรรมกรรม” ซึ่งเชื่อว่าเป็นที่มาของการตามหา “4 หนุมบ้านแบ๊” ของแม่ย้อย ที่ “จุฬามณี” ผู้แต่งร้อยเรียงเรื่องราวไว้ เป็นเรื่องราววิถีชีวิตของคนในบ้านหลังหนึ่ง “บ้านแบ๊” ซึ่งเปรียบเสมือน "กรรม" ของ "กรรม" อันไหลหลั่ง

ถึงที่มาไม่ขาดสาย ทั้งกรรมดีและกรรมชั่วที่แต่ละคนได้กระทำลงไป บางคนอาจกระหึ่มยืมือย่องว่าตนเองหนีพ้นจากผลกรรมนั้นได้ ถึงขนาดไม่เกรงกลัวต่อผลของกรรม จึงไม่สนใจ และพากันแสวงหาสิ่งมาปรนเปรอความต้องการของตน โดยไม่คิดถึงวิธีการว่าสกปรกโสภณเพียงใด ทุกคนต่างมีเหตุผลในการกระทำของตน อ้างความชอบธรรมอีกมากมาย เพื่อเข้าข้างตนเอง แต่เมื่อถึงคราวกรรมส่งผลก็ยากนักที่จะเลี่ยงหลบได้ ดังเช่นชีวิตของตัวละครหลายคนในโลกเล่นเป็นอุทาหรณ์ในนวนิยายเรื่องนี้

3. แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) คือ “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” ตำบลบางระจัน อำเภอกำแพงบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จากละครเรื่อง “บางระจัน” ที่มีความเชื่อมโยงกับวีรกรรมของชาวบ้านบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2308 ก่อนเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่สองให้แก่พม่า เป็นวีรกรรมที่คนไทยส่วนใหญ่รู้จักกันดี และได้รับการจารึกให้เป็นหน้าหนึ่งของประวัติศาสตร์ไทยตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ดังปรากฏในพงศาวดารเรื่องไทยรบพม่า ที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงนิพนธ์ไว้ กับวรรณกรรม “บางระจัน” ของ ก้าน พึ่งบุญ ณ อยุธยา หรือ “ไม้ เมืองเดิม” - นักเขียนที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักเขียนต้นแบบวรรณกรรมลูกทุ่งไทย ที่เขียนขึ้นในบริบทสังคมไทย พ.ศ. 2481 ซึ่งมีมิติความคิดเรื่องอุดมการณ์ความรักชาติเพิ่มขึ้นจากการให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะที่เป็นชาติตามที่มีอยู่แต่เดิม ไปเป็นการให้ความสำคัญกับ “ชาตินิยมสามัญชน” ซึ่งเน้นความสำคัญของชุมชน ที่มีเชื้อชาติเดียวกัน มีประวัติศาสตร์ยาวนานร่วมกันและพูดภาษาเดียวกันเพิ่มขึ้น

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางตรงกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวจึงสามารถเป็นตัวแทนการให้คำตอบของนักท่องเที่ยวได้ด้วย ภายใต้ภาวะการระบาดของโคโรนาไวรัส 19 นี้ ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้นได้อ้างอิงแนวคิดของ Lincoln, & Guba (2000) ที่กล่าวว่า นักวิจัยจะได้รับข้อมูลเพียงพอเมื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 12 คน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสามารถจบการสัมภาษณ์ได้เมื่อข้อมูลที่ได้ถึงจุดอิ่มตัว (Kumar, 2005) สำหรับการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 42 คน มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางตรง ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐซึ่งมีหน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ โดยเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เกณฑ์ในการเลือกเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้มีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอย

วรรณกรรมในพื้นที่ทั้งในส่วนของนโยบายและ/หรือส่วนปฏิบัติ สำหรับการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐพื้นที่ละ 4 คน รวม 12 คน รายละเอียดดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงรายละเอียดเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

รหัส	ตำแหน่ง	แหล่งท่องเที่ยว ตามรอยภาพยนตร์
Gov01	เจ้าพนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวปฏิบัติงาน	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
Gov02	นักวิชาการศึกษาชำนาญการ	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
Gov03	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
Gov04	ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
Gov05	นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองชุมแสง	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
Gov06	ปลัดเทศบาลชุมแสง	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
Gov07	หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาลเมืองชุมแสง	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
Gov08	รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
Gov09	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
Gov010	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
Gov011	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
Gov012	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2. ประชาชนในพื้นที่ สำหรับประชาชนในพื้นที่ที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 ปี และอยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นผู้เกี่ยวข้อง/ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากจะมีความเข้าใจในลักษณะการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างชัดเจน (Jurowski, & Gursoy, 2004) สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในพื้นที่มีจำนวนพื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน (ตาราง 8)

ตาราง 8 แสดงรายละเอียดประชาชนในพื้นที่

รหัส	เพศ/อายุ	บทบาทหลัก	จำนวนปีที่อาศัยในชุมชน	พื้นที่	แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
LR01	หญิง-38	พนักงานโรงแรม	38	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR02	หญิง-50	ประชาสัมพันธ์อนุสาวรีย์สุนทรภู่	50	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR03	ชาย-52	ประชาสัมพันธ์อนุสาวรีย์สุนทรภู่	52	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR04	ชาย-24	เจ้าของร้านของฝาก	24	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR05	หญิง-35	เจ้าของร้านอาหารตามสั่ง	35	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR06	หญิง-31	เจ้าของร้านขายน้ำอัดลม	31	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR07	ชาย-28	เจ้าของร้านกล้วยเคี้ยวเปิด	28	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR08	หญิง-32	เจ้าของร้านขายขนมทอดส่ง-ป๊อ	32	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR09	ชาย-42	เจ้าของร้านขายของฝาก	42	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR10	หญิง-31	เจ้าของร้านขายข้าวแกง	31	พื้นที่ท่องเที่ยว	อนุสาวรีย์สุนทรภู่ จังหวัดระยอง
LR11	หญิง-35	เจ้าของร้านกาแฟ	35	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR12	ชาย-37	ผู้ดูแลชุมชนแสง	37	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR13	หญิง-37	แม่ค้าข้าวเหนียวหมูกวนหอไบบัว	37	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR14	ชาย-48	เจ้าของร้านโชว์ห่วย - Gallery	48	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

รหัส	เพศ/อายุ	บทบาทหลัก	จำนวนปีที่อยู่อาศัยในชุมชน	พื้นที่	แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
LR015	ชาย-42	ผู้ดูแลโรงแรม	42	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR016	หญิง-52	เจ้าของร้านขนมเบี๊ยะ	52	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR017	หญิง-35	เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า	35	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR018	ชาย-42	เจ้าของร้านขายของโชห่วย	42	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR019	หญิง-24	เจ้าของร้านขายกล้วยเตี้ยวโบราณ	24	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR020	ชาย-50	เจ้าของร้านขายผัก	50	พื้นที่ท่องเที่ยว	ตำบลชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
LR021	ชาย-33	ประชาสัมพันธ์นักแสดง	33	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR022	ชาย-32	ประชาสัมพันธ์	32	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR023	ชาย-50	ฝ่ายดูแลพื้นที่	50	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR024	หญิง-45	แม่ค้าขนมเงิน	45	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR025	หญิง-25	แม่ค้าขนมเงิน	25	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR026	หญิง-25	ร้านขายกล้วยทอด	25	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR027	ชาย-31	ร้านขายไอติมกะทิ	31	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR028	หญิง-60	ร้านผักสด	60	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR029	หญิง-56	ร้านส้มตำปลาเผา	56	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
LR030	ชาย-38	เจ้าของร้านขนมหวาน	38	พื้นที่ท่องเที่ยว	บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องทางตรงต่อแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวและการตลาดแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม คำถามในแบบสัมภาษณ์มาจากการทบทวนวรรณกรรม

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา ได้มีการตรวจสอบในเรื่องความเที่ยงตรง และภาษาที่ใช้จากผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกแบบสำรวจข้อมูลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม จะนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง

ในการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin, 1989) ดังรายละเอียด คือ

1. การตรวจสอบด้านข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยนำข้อมูลทั้งในรูปแบบเอกสาร ผลการสังเกต ผลการสัมภาษณ์ ที่บันทึกเก็บรวบรวมมาได้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านเวลา สถานที่ มาตรวจสอบว่าข้อมูลเรื่องเดียวกัน ต่างสถานที่กัน จะเหมือนกันหรือไม่ และจากตัวบุคคลมาสรุปเปรียบเทียบความสอดคล้อง รวมทั้งเพิ่มเติมประเด็นที่สำคัญให้มีเนื้อหาสาระที่สมบูรณ์และครอบคลุมประเด็นวิเคราะห์ที่กำหนด

2. การตรวจสอบข้อมูลด้านบุคคลแบบสามเส้า โดยตรวจสอบว่าบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เมื่อไม่มีความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลโดยเปลี่ยนผู้สังเกต และตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้เหมือนกันหรือไม่

3. การตรวจสอบด้านทฤษฎีแบบสามเส้า (Theory Triangulation) ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคในการวิเคราะห์โดยการสร้างรหัสและลงรหัสข้อมูลนั้นในการแปลความข้อมูลเชิงคุณภาพ และสรุปเหตุการณ์แต่ละครั้งเป็นความหมายทางภาษา รวมถึงการตีความหมายนัยบริบทของภาษาไว้ด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้วิจัยติดต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชนทางโทรศัพท์เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์และนัดหมาย และส่งหนังสือการเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ในการเข้าพบจะชี้แจงข้อมูลและ

วัตถุประสงค์เบื้องต้นเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งนี้ แนวปฏิบัติของคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถยุติการสัมภาษณ์ได้ตลอดเวลาหากเกิดความไม่สะดวกใจ ในการตอบคำถาม รวมถึงระยะเวลาที่จะใช้ในการสัมภาษณ์โดยประมาณ และขออนุญาตบันทึกเสียง เมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอมให้สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวในสถานที่ที่สะดวกต่อ ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยะเวลาในการสังเกตและสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละราย ใช้เวลาประมาณ 45 นาที - 1 ชั่วโมง โดยจะมีการบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงและจดบันทึกเพื่อเก็บประเด็นสำคัญ ต่าง ๆ หลังจากสิ้นสุดการสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยจะขอให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำเจ้าหน้าที่/คนในชุมชนที่ เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์คนต่อไป วิธีดังกล่าวเป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ เรียกว่า การเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทปอย่างรวดเร็วที่สุดหลังการสัมภาษณ์และถูก จัดสรรอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการตีความ (Interpretation) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typologies Analysis) โดยวิเคราะห์และหา ความสัมพันธ์ของ วลี คำ และประโยคที่ถอดได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และใช้การวิเคราะห์เชิง เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมาใช้รหัสข้อมูล (Coding) เพื่อนำมาเรียบ เรียง จัดกลุ่ม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และอธิบายด้วยเทคนิคเชิงพรรณนาเป็นลำดับต่อไปเพื่อตอบ คำถามการวิจัย จากนั้นทำการเชื่อมโยงกับทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ และคุณค่าเชิง ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (ภาคผนวก 1)

สรุป

การกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยมาจากการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย และขั้นตอน ดำเนินงานประกอบด้วยกำหนดกลุ่มประชากรและเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ ยังนำเสนอถึงเครื่องมือในการดำเนินงานเพื่อนำมาใช้ในการตอบคำถามงานวิจัย การตรวจคุณภาพ เครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อนำมา สู่การวิเคราะห์ผลเพื่อหาคำตอบการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม” เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐผู้มีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมในพื้นที่ ทั้งในส่วนนโยบายและ/หรือปฏิบัติ พื้นที่ละ 4 คน รวม 12 คน และประชาชนในพื้นที่ซึ่งเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ละ 10 คน รวม 30 คน รวมทั้งสิ้น 42 คน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 แรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นสิ่งที่คุณเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จะต้องเข้าใจความต้องการที่กำหนดโดยทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จากการสอบถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐและประชาชนในพื้นที่ต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากวรรณกรรม พบว่า แรงบันดาลใจที่ได้จากวรรณกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) สร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ 2) สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ 3) สร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม) 4) สร้างแรงบันดาลใจ และ 5) นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ ดังตาราง 9

ตาราง 9 แสดงแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอย
ภาพยนตร์

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม	รายละเอียด
การสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่	<p>การนำของดีในชุมชนมาใช้สร้างจุดเด่นให้กับพื้นที่ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตัวบุคคล - กลุ่มบุคคล - ตัวละคร - ตัวสถานที่ที่ถ่ายทำภาพยนตร์/ละคร - เหตุการณ์สำคัญ - วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร
การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้	<p>การที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้/ได้องค์ความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดมูมถ่ายรูป การจำลองสถานที่ จัดทำห้องนิทรรศการ</p>
การสร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม)	<p>การสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์/ละคร หรือความรู้ที่ได้รับจากภาพยนตร์/ละคร</p>
การสร้างแรงบันดาลใจ	<p>การนำเสนอเรื่องราว ชีวิตประวัติ หรือเหตุการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิด การกระทำ หรือเป็นตัวอย่าง เช่น สร้างแรงบันดาลใจในอาชีพ เป็นตัวอย่างในเรื่องความอดทน ไม่ย่อท้อ อนุรักษ์ และหวงแหนบ้านเกิด</p>
นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ	<p>การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว</p>

การสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ หมายถึง การนำของดีในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ โดยพิจารณาจากประเภทของแหล่งท่องเที่ยวว่ามีจุดเด่นอะไรที่นำมาเป็นจุดขายให้กับสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละคร จากการศึกษาพบว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ที่นิยมนำมาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตัวบุคคล กลุ่มบุคคล ตัวละคร หรือตัวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่อาจเชื่อมโยงกับตัวผู้ประพันธ์/ตัวละครเอกหรือตัวละครสำคัญในเรื่อง วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ดังคำสัมภาษณ์

...ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จักนั้น ใช้ท่านสุนทรภู่เป็นจุดขายของสถานที่นี้ เพราะท่านสุนทรภู่ เป็นกวีเอกโลก

(Gov01, 03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ชุมชนดำเนินการตามประวัติของท่านสุนทรภู่ที่แต่งไว้ในนิราศเมืองแกลง

(Gov03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เป็นการตอกย้ำ ในความเป็นเรา...เป็นจุดขายทางสัญลักษณ์ ...เป็นอัตลักษณ์เฉพาะเรา ไปที่ไหนเจอก็ไม่ชัดเจนเหมือนมาในสถานที่ของเรา...คือแกลง...คือระยอง

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ใช้จุดขายของวีรชน ด้านการแต่งกายย้อนยุคในสมัยอยุธยาเป็นจุดขาย

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...จุดเด่นของที่นี่คือ "สุนทรภู่" ซึ่งเป็นกวีเอกของโลก

(LR01, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี ฟันฟูให้เป็นตลาดจริง

(LR014, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ได้สร้างความประทับใจ ฟังพอใจในความย้อนยุคและอินไปกับพื้นที่ ได้เห็นการแสดงที่ทำให้ภูมิใจกับความกล้าของวีรชนทั้ง 11 คน*** มีการสร้างโรงภาพยนตร์ ฉายเรื่องบางระจัน มีพิพิธภัณฑ์ เอาของเก่ามาให้ดู

(LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

ซึ่งนอกจากการนำชีวประวัติที่เน้นในจุดเด่นด้านต่าง ๆ ของบุคคลมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่แล้ว ยังได้นำเอาเหตุการณ์/สิ่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ใช้แนวทางการจัดไปสถานที่หรือแหล่งที่เกิดเหตุการณ์และความประทับใจ โดยการจัดการให้เป็นพิพิธภัณฑ์วรรณกรรม อนุสรณ์สถาน ที่อยู่อาศัย สามารถติดตามการดำเนินชีวิตของนักเขียน สถานที่ เหตุการณ์ กลายเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งในเชิงมานุษยวิทยา

...สถานที่ในเขตพื้นที่ที่ดูแลไม่ได้สร้างจากจินตนาการในเรื่องราว แต่สร้างเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกอรรคในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน ซึ่งเป็นการบอกว่าไม่ว่าจะชาติใด ภาษาไหน โดยเฉพาะชาติไทย กาพย์ กลอน โคลง กวี ดนตรี เป็นสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเชิงสากล ดังคำกล่าวที่ว่า ‘ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก’

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เนื่องจากสถานที่นี้มีเรื่องราวมีประวัติศาสตร์ซึ่งไม่เหมือนใคร มีอัตลักษณ์ที่สถานที่อื่น ๆ ทำไม่ได้ คือ การนำจุดขายทางประวัติศาสตร์มาเป็นทุนทางวัฒนธรรมสร้างแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน

(Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องของการนึกถึงวีรชน พระอาจารย์ธรรมโชติ และความสามัคคี การไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งต่าง ๆ คนมาดูก็ได้กำลังใจกลับไป

(Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวชอบมาก ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น

(LR011, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่ถ่ายรูปรูปร่างตามที่มีในละคร อบต. ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง

(LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่องพิพิธภัณฑสถาน และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธาเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส

(LR028, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ คือ จาก “อัตลักษณ์” ที่นำมาเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้น นำมาซึ่ง “การเรียนรู้” ที่นักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยว รับรู้ ได้จากสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวปลายทางเตรียมไว้ให้ เพื่อเป็นอีกหนึ่งจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นการใช้ทรัพยากร/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้คุ้มค่า เช่น “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ให้ผู้มาเยี่ยมชมได้รับการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม วิถีชีวิต จึงได้นำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของ “สุนทรภู่” ที่เดินทางทางเรือมาเยี่ยมบิดาที่บวชเป็นพระอยู่ที่อำเภอแกลง ดังปรากฏใน “นิราศเมืองแกลง” และ “หาดทรายแก้ว” เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นฉากหนึ่งของเรื่องราวที่เกิดขึ้นใน “พระอภัยมณี” วรรณกรรมชิ้นเอกของท่านที่ทำให้ได้รับรางวัล “ศิลปินเอกของโลก” จากองค์การยูเนสโก มาใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในพื้นที่ผ่านสถานที่ที่บุคคลผู้มีชื่อเสียงได้อยู่อาศัยจริง และการแสดงชีวประวัติผ่านสิ่งของ จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ โดยแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดเตรียมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดมุมถ่ายรูป การจำลองสถานที่ จัดทำห้องนิทรรศการเพื่อการสืบค้น/เรียนรู้ การสร้างรูปปั้นตัวละครและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของบุคคล เหตุการณ์ ดังตัวอย่าง

...เรามีห้องที่นำเสนอชีวประวัติของสุนทรภู่ คนที่มาก็จะได้เรียนรู้ชีวิตของท่านทุกแง่มุม เพราะเราถือว่าเป็นเมืองต้นกำเนิด ใครอยากได้ความรู้เกี่ยวกับท่านเรื่องอะไรก็มาที่นี่ได้เลย

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...คนที่มาดูจะได้รู้จักตัวละครในวรรณกรรมเรื่องพระอภัยมณีของสุนทรภู่ชัดเจนขึ้น และได้รู้ประวัติของท่านมากขึ้น

(Gov03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว คือทุกครั้งที่ได้อ่านนิยายหรือวรรณกรรมเรื่องใด มักอยากเข้าไปสัมผัสกับบุคคล สถานที่ กับวิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้มาเยี่ยมชมได้รับการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ผ่านการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับสถานการณ์ในอดีตของชุมชน เช่น ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ซึ่งถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ดึงนักท่องเที่ยวกลับสู่เหตุการณ์ในอดีตช่วยกระตุ้นให้เกิดความรักชาติ ปลุกเร้าสำนึกรักถิ่นเกิด และส่งเสริมความสามัคคี

...เราก็ใช้เหตุการณ์ในอดีตมานำเสนอ อย่างตลาดนี้ก็จะเน้นที่เสน่ห์คำพูด คำที่ใช้พูดในสมัยก่อน เช่น ขอบน้ำใจ สวัสดิ์ขอรับ มีการเคาะไม้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อให้ร้านค้าเตรียมตัว และเพื่อเป็นการขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...ก็หวังว่าคนที่ดูจะนึกถึงวีรชน พระอาจารย์ธรรมโชติ ความสามัคคี และได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างจังหวัด เช่น เอกลักษณ์ในการหาบน้ำแก้บน

(Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน พื้นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ และอยากให้มาเที่ยวมาดูสถานที่จริง... เรามีบรรยายให้ความรู้ พาชม พาทัวร์

(LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ประทับใจที่เค้าทำละครอิงประวัติศาสตร์ที่จะสร้างความรู้ ความตระหนักรู้ของเด็กและเยาวชนที่จะหวงแหนและรักแผ่นดินเกิดเหมือนบรรพบุรุษและช่วยกันดูแลรักษาแหล่งประวัติศาสตร์ต่อไป

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

การสร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม) หมายถึง การสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์/ละครที่จะพาผู้ชมไปท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ของโลกซึ่งอยู่ในจินตนาการเพื่อหลีกเลี่ยงหนีความเป็นจริงและได้สัมผัสถึงเรื่องราวที่ถูกนำเสนอ

...ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย่อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ...ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...เราก็ใช้เหตุการณ์ในอดีตมานำเสนอ อย่างตลาดนี้ก็จะเน้นที่เสนอคำพูด คำที่ใช้พูดในสมัยก่อน เช่น ขอบน้ำใจ สวัสดิ์ขอรับ มีการเคาะไม้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อให้ร้านค้าเตรียมตัว และเพื่อเป็นการขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...เราก็นำเสนอบ้านไม้เก่า ตลาดโซ้วห่วย ความเป็นอยู่ของคนชุมชนแสง ตอนรับแขกอยู่แบบพี่น้อง เหมือนกับที่เค้าเห็นในละคร

(LR019, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน พื้นที่จริง ความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง

(LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

การสร้างแรงบันดาลใจ หมายถึง การสร้างแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ออกค้นหาความหมายและความท้าทายในเรื่องที่ตนสนใจ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละประเภทซึ่งมีจุดขาย หรือ “อัตลักษณ์” ที่โดดเด่นและจัดเตรียม “ความรู้” ให้นักท่องเที่ยวได้ “เรียนรู้ เก็บเกี่ยว รับรู้” นั้น มีการสร้างแรงบันดาลใจ อะไรแก่นักท่องเที่ยวบ้าง โดยแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำเสนอเรื่องราว ชิวประวัติ หรือเหตุการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิด การกระทำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้มาเยือนในเรื่องมุมมองด้านการงาน/อาชีพ ด้านความเชื่อ ความศรัทธาต่อตัวบุคคล รวมถึงความซาบซึ้งในคุณค่าของวรรณกรรม ดังคำสัมภาษณ์

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นนักประพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะคนที่มาดูจะเห็นถึงความพยายามของสุนทรภู่ที่ไม่ท้อถอย มีช่วงที่ตกอับ มีช่วงรุ่งเรือง แต่ถ้าเราเป็นคนจริงแล้วมันก็ต้องมีวันที่เป็นของเรา

(Gov01, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นศิลปินให้กับ
นักท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะแก่นักเขียนหรืออะไรก็ตามก็สามารถเป็นได้ถ้าใจสู้

(Gov03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เป็นแรงบันดาลใจเพื่อค้นคว้าศึกษาชีวประวัติและผลงานของท่านสุนทรภู่ก็จะ
เห็นความพยายามของท่าน เราก็สามารถเอามาเป็นแบบอย่างในการทำงานของเราได้

(LR01, ผู้ให้ข้อมูล, 22 สิงหาคม 2563)

...สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่าของกวีเอก และเป็นสามัญชนคนแรกของไทยที่
ได้รับรางวัลนี้ มาดูภาพตัวละครที่ถูกปั้นแต่งผ่านวรรณกรรมเรื่องดัง "พระอภัยมณี"

(LR04, ผู้ให้ข้อมูล, 22 สิงหาคม 2563)

รวมทั้งผู้ที่มาเยี่ยมชม “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
ได้รับการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ผ่านการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับ
สถานการณ์ในอดีตของชุมชน ถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ดึงนักท่องเที่ยวกลับสู่เหตุการณ์
ในอดีต ช่วยกระตุ้นให้เกิดความรักชาติ ปลุกเร้าสำนึกรักถิ่นเกิด และส่งเสริมความสามัคคี จากการ
สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า วรรณกรรมสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวในหลากหลาย
ด้าน เช่น มุมมองด้านการงาน/อาชีพ ด้านความเชื่อความศรัทธาต่อตัวบุคคล รวมทั้งความต้องการ
เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง และต้องการรักษาวิถีชุมชน

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจ เรื่องความรักชาติ ศาสนา
พระมหากษัตริย์ ส่งเสริมความสามัคคีให้กับนักท่องเที่ยวได้

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...เป็นความภาคภูมิใจของชาวสิงห์บุรี ที่จังหวัดเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของถิ่น
วีรชนคนกล้า ประทับใจที่ละครอิงประวัติศาสตร์จะสร้างความรู้ ความตระหนักรู้ ของเด็ก
และเยาวชนที่จะหวงแหนและรักแผ่นดินเกิดเหมือนบรรพบุรุษ และช่วยกันดูแลรักษาแหล่ง
ประวัติศาสตร์ต่อไป

(Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจ เรื่องการตระหนักเห็นความสำคัญ
ของประวัติศาสตร์และความพอเพียงตามวิถีชุมชน

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจในเรื่องของความสามัคคี
การปกป้องเมืองให้กับนักท่องเที่ยวได้

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places):
“ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีความเด่นชัดในเรื่องภาพลักษณ์ที่ยัง
มีความเก่าและวิถีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายเช่นที่ปรากฏในละคร นำมาซึ่งแรงบันดาลใจในเรื่อง
ของความต้องการรักษาวิถีชุมชน เอกลักษณ์ของชุมชน

...ประทับใจที่กองละครได้ตัดสินใจเลือกมาถ่ายทำในพื้นที่ อำเภอชุมแสง เพราะ
เป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์พื้นที่ สถานที่ ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพที่เป็น
เอกลักษณ์ของชาวชุมแสง

(Gov05, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย่อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิต
แบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้
ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ละคร/ภาพยนตร์ทำให้คนรู้จัก พื้นที่ วิถีชีวิตของชาวชุมแสง จุดเด่น คือ
ตลาดชุมแสง ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตึกรามบ้านช่องที่ยังคงความเก่าแก่โบราณ
นักท่องเที่ยวหลายคนก็พูดเหมือนกันว่าอยากรักษาชุมชนตัวเองให้เหมือนกับชุมแสง
เราก็ดีใจ

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ประทับใจ ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น

(LR016, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...มาดูแลแล้วก็อยากกลับไปเปลี่ยนแปลงปรับปรุงบ้านให้เป็นที่น่าอนุรักษ์ และเห็นในความร่วมแรงร่วมใจ สามัคคีในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมดาให้ดีขึ้น

(LR020, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จะต้องเข้าใจความต้องการที่กำหนดโดยทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ ผู้เกี่ยวข้องต้องรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นจะสามารถตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งในด้านลักษณะเด่นตามวรรณกรรมและนำเสนอชีวิตของผู้ประพันธ์ให้เห็นเป็นรูปธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักคาดหวังว่าจะได้มาเห็นสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร ตลอดจนได้สัมผัสถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ตามที่เห็นจากภาพยนตร์/ละคร เช่น สถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม/ภาพยนตร์ บทประพันธ์ที่มีชื่อเสียงของสุนทรภู่คือเรื่องพระอภัยมณีถูกนำมาสร้างเป็นละครและภาพยนตร์หลายครั้ง อีกทั้งเป็นบทเรียนวิชาภาษาไทยของเด็กไทย ซึ่งผู้ที่เดินทางมาส่วนใหญ่ต้องการมาเห็นสถานที่ที่อยู่ในวรรณกรรม/ภาพยนตร์ เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเห็นสถานที่ที่เกิดขึ้นจริงเพื่อตอบสนองต่อจินตนาการของตนในสมัยเยาว์วัย

...สถานที่นี้สามารถตอบสนองต่อจินตนาการของคนที่เคยอ่านเคยดูพระอภัยมณี สิ่งที่เราคิดว่ามันจะเหมือนของจริงไหม และเท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยว หลายคนก็มาเพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่ามันเป็นอย่างที่บรรยายไว้ไหม บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนี้อะไร ๆ มันก็เปลี่ยนไป บางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจที่ได้มาเห็นนางยักษ์ นางเงือก

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับการได้มาเห็นสถานที่ที่เป็นเหตุการณ์จริงในประวัติศาสตร์ ได้มาเห็นสถานที่ที่บุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์มีชีวิตอยู่ เนื่องจากตลาดแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นในบริเวณวัดโพธิ์เก้าต้น ซึ่งเป็นวัดที่พระ

อาจารย์ธรรมโชติเลือกเป็นทำเลที่ตั้งค่าย โดยรวบรวมชาวบ้านและบรรดาศิษย์ช่วยกันสร้างค่ายขึ้น และเป็นที่ยึดเหนี่ยวแห่งวีรชนชาวบ้านบางระจัน อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเห็นสถานที่ที่เกิดขึ้นจริง

...ที่เราสร้างค่ายจำลองขึ้นบริเวณด้านหน้าของวัด นอกจากเพื่อเป็นอนุสรณ์เตือนใจแก่ผู้คนที่มาท่องเที่ยวว่าบริเวณวัดโพธิ์เก้าต้นนี้ครั้งหนึ่งเคยเป็นสมรภูมिरบแล้ว เราก็คิดว่านักท่องเที่ยวเองก็คงชอบใจ เพราะเหมือนได้มาเห็นสถานที่จริงว่ามันเหมือนที่เคยดูผ่านละคร

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...อีกอย่างที่ถือว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของที่นี่คือ สระน้ำศักดิ์สิทธิ์ อันนี้เป็นจินตนาการของคนหรือจะเรียกว่าเป็นความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อพระครูธรรมโชติก็ได้ ซึ่งถ้าดูละครก็มีพูดถึงเรื่องนี้ ดังนั้น นักท่องเที่ยวเองเวลามาก็จะไปสักการะวิหารพระครู และก็มาเอาน้ำกลับไปที่บ้าน

(Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว เพราะสามารถโยงเข้ากับสถานที่จริงทำให้คนอยากมาดูสถานที่จริง สนามรบในอดีต ฉากหมู่บ้าน

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

เช่นเดียวกับในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ได้สร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวโดยนำเสนอวิถีชีวิตของตัวละครเด่นที่อยู่ในนวนิยาย/ละคร และได้จำลองสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในละครให้นักท่องเที่ยวได้เห็นจริง เนื่องด้วยเหตุผลสำคัญคือ นักท่องเที่ยวต้องการเห็นสถานที่ที่ตัวละครใช้ชีวิต การได้มาเยี่ยมชมบ้านของตัวละครทำให้นักท่องเที่ยวจินตนาการถึงวิถีชีวิตของตัวละครที่ตนชื่นชอบได้ ซึ่งการได้มาเห็นสถานที่ดังกล่าวว่าเป็นฉากเช่นเดียวกับที่ได้เห็นผ่านละครหรือไม่ แล้วในความเป็นจริงนั้นเป็นเช่นไร เพื่อสนองตอบต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว

...อันนี้ก็ต้องชม อบต. เลยที่จำลองสถานที่นี้ขึ้นมา นักท่องเที่ยวชอบมากที่ได้มาเห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น

(LR011, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่ถ่ายรูปรูปร่างตามที่มีในละคร อบต. ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง

(LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร

(LR014, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าแรงบันดาลใจจากรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีหลากหลายด้าน ซึ่งการนำอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น กวีหรือนักประพันธ์/ตัวละครเอกหรือตัวละครสำคัญในเรื่อง/สถานที่หรือฉากในวรรณกรรม วัฒนธรรมวิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละครจะสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในภาพยนตร์/ละคร โดยต้องคำนึงถึงการเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยสร้างความสำเร็จให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นเกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางวรรณกรรมที่เกิดจากการสร้างฉากซึ่งผู้ประพันธ์ใส่รายละเอียดลงไปได้อย่างชัดเจน สมจริงในเนื้อเรื่องที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นในฉากนั้น ๆ ช่วยให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการเรื่องราวไปตามบทประพันธ์ที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจจะถ่ายทอด ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกนึกคิด (Imagination) และอารมณ์ร่วมซึ่งแหล่งท่องเที่ยวได้นำวิธีการดังกล่าวมาใช้ในการนำเสนอสถานที่โดยเชื่อมโยงกับวรรณกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ สำหรับการศึกษาค้นคว้าพบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ทั้ง 3 ประเภทให้คุณค่าเชิงประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันในด้านสุนทรียรส (Hedonics) การมีส่วนร่วม (Participation) ความสนุกสนาน (Fun) ความประทับใจ (Impression) การยอมรับ (Recognition) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) และ

ความแปลกใหม่ (Novelty) นอกจากนี้ยังพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในนวนิยายมีคุณค่าเชิงประสบการณ์ ในด้านความชื่นชอบ (Admiration)

ด้านสุนทรียรส (Hedonics) หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึก เช่น การจดจำ/ระลึกถึง (Memorability) ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Enjoyment) หรือความตื่นเต้น (Excitement)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้นำบุคคลมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ โดยเน้นจุดเด่นด้านการประพันธ์ของบุคคล เพื่อให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว คือ ได้จดจำและระลึกถึง (Memorability) ในความเป็นเอกอรรคศิลปินระดับโลกของท่านที่นักประพันธ์ในปัจจุบันสามารถนำมาเป็นต้นแบบได้เป็นอย่างดี ดังคำสัมภาษณ์

...รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจทกวี ได้เห็นผลงานในห้องนิทรรศการ และท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง ใครอยากเป็นนักประพันธ์ก็จะศึกษางานของท่าน

(Gov01, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เพราะมีรูปปั้นของท่านสุนทรภู่ซึ่งได้รับความสำคัญและยกย่องให้เป็นครูภาษาไทย ในด้านต่าง ๆ เช่น กลอน เสภา ฯลฯ ทำให้เป็นที่สนใจของทุกเพศทุกวัย

(LR02, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ท่านได้รับการยกย่อง ทำให้ตระหนักดีว่าท่านเป็นคนมีชื่อเสียงระดับโลก เป็นสามัญชนคนแรก ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตัวท่าน เมื่อได้มาเยือน

(LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

รวมถึงการนำเสนอการณต่าง ๆ และชีวประวัติของบุคคลที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น “ชุมชนดำเนินการตามประวัติของท่านสุนทรภู่ที่แต่งไว้ในนิราศเมืองแกลง” (Gov03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563) ใช้นโยบายการจัดไปสถานที่หรือแหล่งที่เกิดเหตุการณ์และความประทับใจ โดยจัดเป็นพิพิธภัณฑ์วรรณกรรม อนุสรณ์สถาน ที่อยู่อาศัยสามารถติดตามการดำเนินชีวิตของนักเขียน สถานที่ เหตุการณ์ ความเป็นไปในเรื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ “นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย สามารถซึมซับความภาคภูมิใจในตัวท่านสุนทรภู่กวีเอกของโลก ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทยในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งเดียวใน

โลก” (Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563) ได้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Enjoyment) ขณะเดินชมสถานที่และอ่านบางบทของวรรณกรรมชิ้นเด่น ๆ ของท่านในห้องนิทรรศการที่จัดไว้ เพื่อให้ข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจเรื่องประวัติและผลงาน รวมถึงได้ความตื่นเต้น (Excitement) กับตัวละครต่าง ๆ จากวรรณกรรมชิ้นเอกเรื่อง “พระอภัยมณี” ที่ถูกนำมาปั้นตามจินตนาการของกวีเอกโลกและตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ เช่น พระอภัยมณี นางยักษ์ นางเงือก สินสมุทร สุตสาคร เป็นต้น

...มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

(LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรม ก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละคร ซึ่งที่นี่จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี ประสพการณ์ ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน

(LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...เท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยวหลายคนก็มาเพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่าน เคยดูว่ามันเป็นอย่างไรที่บรรยายไว้ไหม บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนี้ อะไรๆ มันก็เปลี่ยนไป บางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจ ตื่นเต้นที่ได้มาเห็นนางยักษ์ นางเงือก

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีอัตลักษณ์ของความเป็นตลาดที่จำลองภาพชีวิต ความกล้าหาญและสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน ตามเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่มีพระอาจารย์ธรรมโชติและวีรชนค่ายบางระจันทั้ง 11 คน แหล่งท่องเที่ยวจึงได้นำสถานการณ์ต่าง ๆ และชีวประวัติของกลุ่มบุคคลที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น “เนื่องจากสถานที่นี้มีเรื่องราวมีประวัติศาสตร์ซึ่งไม่เหมือนใคร มีอัตลักษณ์ที่สถานที่อื่น ๆ ทำไม่ได้ คือการนำจุดขายทางประวัติศาสตร์มาเป็นทุนทางวัฒนธรรมสร้างแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน” (Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

“พระธรรมโชติที่ทำให้เกิดที่นี่ - 11 คน ที่ตาย” (LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563) เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวได้จดจำและระลึกถึง (Memorability) โดยเน้นจุดเด่นด้านความกล้าหาญและสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน “ใครมาเที่ยวที่นี่ก็จะนึกถึงความสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน เรียกได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับคนปัจจุบันด้วย” (Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563) “แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องของการนึกถึงวีรชนพระอาจารย์ธรรมโชติ และความสามัคคี การไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งต่าง ๆ คนมาดูก็ได้กำลังใจกลับไป” (Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563) เพื่อเป็นประสบการณ์ที่ดีด้านภาพความทรงจำแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงใช้แนวทางการจัดไปสถานที่หรือแหล่งที่เกิดเหตุการณ์และความประทับใจ โดยจัดให้เป็นพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ อนุสรณ์สถาน

ด้านความเพลิดเพลิน (Enjoyment) และความตื่นเต้น (Excitement) นั้นมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ โดยตลาดไทยย้อนยุคบ้านบางระจันได้นำเอาลักษณะเด่นด้านภาษาพูดแบบโบราณและการแต่งกายย้อนยุคในการสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวสนใจ “ใช้จุดขายของวีรชน ด้านการแต่งกายย้อนยุคในสมัยอยุธยาเป็นจุดขาย นักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วก็จะชอบ เดินดูของเห็นแม่ค้าพ่อค้าใส่ชุดย้อนยุค พุดจากแปลกไปจากปกติ” (Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563) “...เน้นเสน่ห์ที่เป็นอัตลักษณ์ของที่นี่ คือ...วิธีการพูดจาของพ่อค้าแม่ขายที่ใช้คำพูดแบบโบราณ” (LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563) “มีเอกลักษณ์ในเรื่องการแต่งกายและภาษาพูด...ก็แปลกดี รู้สึกเหมือนย้อนกลับไปในอดีต” (LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563) นอกจากนี้ จากการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง ความเชื่อ ความศรัทธา ต่อตัวบุคคลและสิ่งเหนือธรรมชาติ ตลอดจน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่และการแสดงของชุมชนที่ตั้งนักท่องเที่ยวกลับสู่เหตุการณ์ในอดีต ด้วยการแต่งกายย้อนยุคเที่ยวชมตลาดหรือถ่ายรูปพร้อมเฟรมกับพ่อค้าแม่ขาย ตลอดจนนักแสดงของชุมชน ทำให้รู้สึกตื่นเต้น “ไม่ได้สร้างจากกระแสละคร แต่เกิดจากการอ้างอิงตามประวัติศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากมา ได้ศึกษาจากการแสดง การพูดคุยกับพ่อค้า แม่ค้า ได้ถ่ายรูปกับบุคคลที่แต่งกายย้อนยุคและเป็นตัวแทนของบุคคลในประวัติศาสตร์” (LR027, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปี ชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ สร้างอรรถรสให้กับพื้นที่ด้วยการนำเอา “ตัวละครฝ่ายดี” มาใช้ในการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นตัวละครที่ชอบในสถานที่ที่ปรากฏในละคร เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ชมละครจดจำและระลึกถึง (Memorability) ได้ “เราเลือกชุดตัวละครอย่างเรณู หรือ แม่้อย นั้น นอกจากจะเป็นตัวเด่นที่คนจำได้แล้ว แต่เราก็จะเลือกตัวละครที่ดี อย่างเรณูถึงแม้จะเคยเป็นผู้หญิงหากิน แต่ก็กลับตัวและก็เป็นคนขยัน ตั้งใจทำงาน ส่วนแม่้อยนั้นก็เป็นคนรัก

ลูกมากทำทุกอย่างเพื่อลูก เราก็ต้องเลือกตัวละครดี ๆ มา ตัวไหนไม่ดีต่อให้ดังมากเราก็ไม่อยากรนำมาซูโรง” (Gov08, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

รวมทั้งนำเสนอพื้นที่โดยนำความเก่าและวิถีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายเช่นที่ปรากฏในละครให้นักท่องเที่ยวได้ไปดู “ตรอกเรณู” และสถานที่ต่าง ๆ ที่ปรากฏในละคร “ตรอกเรณู เดิมชื่อ ตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร” (LR013, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563) “ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี พื้นฟูให้เป็นตลาดจริง” (LR014, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563) โดยใช้ประโยชน์จากความมีชื่อเสียงของละคร/ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งคุณค่าของวรรณกรรมในการสร้างการจดจำให้กับพื้นที่ กอปรกับพื้นที่ชุมชนเองมีความเก่าแบบในอดีตให้เห็นอยู่จริง จึงเห็นภาพหรือสัมผัสความเป็นจริงได้ไม่ยาก “นักท่องเที่ยวชอบมาก ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR011, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563) “นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่ ถ่ายรูปบ้านตามที่มีในละคร อด ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง” (LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563) เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชื่อในสิ่งที่ปรากฏอยู่ในละครและต้องการได้รับประสบการณ์เช่นเดียวกัน “ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร” (LR014, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) ได้ให้ประสบการณ์ด้านความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Enjoyment) ความตื่นเต้น (Excitement) โดยนำวัฒนธรรมของชุมชนมาใช้ เช่น การไหว้เจ้าพ่อเจ้าแม่ตามที่ปรากฏในละครและเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของการจัดงานประจำปี เป็นความเชื่อ ความศรัทธา ต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ ตลอดจนได้เรียนรู้วิถีชุมชนอีกด้วย “ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย้อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นคล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเหมือนจริงในละคร... ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้นักท่องเที่ยวได้มาเห็นก็ตื่นเต้นกัน” (Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

ด้านการเข้าร่วม (Participation) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น การใช้เวลา การใช้จ่ายเงิน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่

...นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนเพื่อดื่มกาแฟ น้ำดื่มต่าง ๆ และถ่ายรูปกับมุมต่าง ๆ ของทางร้านซึ่งตกแต่งด้วยสไตล์โคโลเนียล หรือไทยประยุกต์

(LR01, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน "วันสุนทรภู่" เช่น ตอบคำถาม แข่งแต่งกลอน เป็นต้น

(LR02, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยวมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

(LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...สถานที่ในเขตพื้นที่ที่ดูแลไม่ได้สร้างจากจินตนาการในเรื่องราว แต่สร้างเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกรรคในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน ซึ่งเป็นการบอกว่าไม่ว่าจะชาติใด ภาษาไหน โดยเฉพาะชาติไทย กาพย์ กลอน โคลง กวี ดนตรี เป็นสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเชิงสากล ดังคำกล่าวที่ว่า ‘ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก คนที่มาก็ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้ หรือโรงเรียนในพื้นที่ก็จะจัดกิจกรรมในวันสุนทรภู่’

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

...เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีตลาดย้อนยุคบ้านระจันที่เป็นตลาดชุมชน ขายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน พื้นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง นักท่องเที่ยวก็สามารถซื้อหาสินค้า หรือแต่งกายย้อนยุคร่วมไปกับพื้นที่ได้

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของสถานที่จากที่เขียนไว้ในวรรณกรรมซึ่งเป็นสถานที่จริงในประวัติศาสตร์ ผ่านการถ่ายทอดรูปแบบของร้านค้า วิธีการแต่งกาย การพูดจา บางคนนึกสนุกก็เข้าชุดแต่งเดินเที่ยวก็มีเยอะเหมือนกัน

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ได้เห็นสถานที่โบราณ รู้สึกถึงการย้อนยุคของชุมชนบางระจัน...นอกจากจะเป็นการมาเพื่อพักผ่อนแล้ว นักท่องเที่ยวยังจะได้ถ่ายรูปกับนักรบ และมีชุดให้เช่าเพื่อแต่งกายให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อชื่นชมบรรยากาศเก่า ๆ

(LR027, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

...ภาพธรรมชาติที่ถ่ายรูปออกมาแล้วสวยงาม ชิมอาหารพื้นบ้านที่ยังคงเสน่ห์รสชาติแบบดั้งเดิมที่มีความอร่อย เช่น ราดหน้า ผัดซีอิ้วใช้เตาถ่านในการปรุงอาหาร ก๋วยเตี๋ยวที่น้ำซุปลีใช้กระดูกหมูเป็นหลัก ไม่นั่นผงปรุงรส ขนมหลากหลายที่มีความอร่อยจนต้องซื้อเป็นของฝาก

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ตรอกเรณู บ้านอัครรุ่งเรืองพาณิชย์ ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้มาตามรอยละครจริง

(Gov07, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ก็จะรู้ถึงประวัติความเป็นมาของแต่ละสถานที่นั้น ๆ จากผู้คนที่ให้การต้อนรับ นอกจากจะได้รับความงามของแต่ละท้องที่แล้ว ยังได้ความรู้กลับไปด้วยในทางด้านประวัติศาสตร์ และได้เห็นวิถีชุมชนในสถานที่นั้น ๆ

(Gov08, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ได้มาถ่ายรูปตามรอยละคร

(LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ทำให้ผู้คนสนใจเข้ามา ตามรอยละคร มาถ่ายรูป มาเยี่ยมชมความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชาวบ้านมากยิ่งขึ้น

(LR018, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

ด้านความสนุกสนาน (Fun) หมายถึง ความสุขและความเพลิดเพลินของลูกค้ายุคใหม่ในขณะที่ใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ นั่นคือการที่นักท่องเที่ยวมีความสุขและความเพลิดเพลินในขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ดังคำสัมภาษณ์จากอนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง “นักท่องเที่ยวบางคนอาจสนุกสนาน บางคนอาจชอบความเป็นธรรมชาติ แต่ที่มาแล้วก็ชอบที่ได้เห็นตัวละครในวรรณคดีที่เคยเรียนออกมาโลดแล่นให้เห็นเลย เด็ก ๆ ชอบมาก” (Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563) จากตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี “ชิม ซ้อป ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ซื่อของฝาก ของที่ระลึก” (Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563) และจากตลาดร้อยปีชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ “นักท่องเที่ยวจะได้ถ่ายรูป ได้มาพักผ่อนหาของกิน” (LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แต่ถึงแม้ว่าประสบการณ์ด้านความสนุกสนานของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ทั้ง 3 ประเภทนั้นมีความคล้ายคลึงกับด้านสุนทรียรสที่แสดงถึงความสนุกสนานเพลิดเพลิน แต่ยังคงมีความแตกต่างในรายละเอียดโดยจากการศึกษาพบว่า ความสนุกสนานที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นความเพลิดเพลินที่เกี่ยวข้องการได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่เป็นสถานที่จริง (Real Places) มีความเกี่ยวข้องกับการได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการเดินชมสถานที่และอ่านบางบทของวรรณกรรมชิ้นเด่น ๆ ของสุนทรภู่ในห้องนิทรรศการที่จัดไว้เพื่อให้ข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจเรื่องประวัติและผลงาน “พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งที่นี่จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน ก็จะได้รับความรู้เพิ่มขึ้น” (LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) ขณะที่ตลาดร้อยปีชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) ได้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น “นักท่องเที่ยวจะได้รู้ถึงประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ จากผู้คนในชุมชนที่ให้การต้อนรับ นอกจากจะได้รับความงามของแต่ละท้องที่แล้ว ยังได้ความรู้กลับไปด้วย ในทางด้านประวัติศาสตร์ และได้เห็นวิถีชุมชนในสถานที่นั้น ๆ” (Gov07, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) ซึ่งเป็นสถานที่ที่อ้างอิงจากเรื่องราวในอดีต เช่น “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นตลาดที่จำลองภาพชีวิตความกล้าหาญและสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน ตามเหตุการณ์ทาง

ประวัติศาสตร์ การเดินชมภาพย้อนยุคของตลาดในอดีตที่มีการใช้ลักษณะเด่นด้านภาษาพูดแบบโบราณและการแต่งกายย้อนยุคมาช่วยสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวนอกจากจะได้เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่แล้ว ยังได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมความเชื่อของชุมชน ได้แก่ ในด้านความเชื่อ ความศรัทธา ต่อตัวบุคคล และสิ่งเหนือธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่และการแสดงของชุมชน ที่ดึงนักท่องเที่ยวกลับสู่เหตุการณ์ในอดีต ด้วยการแต่งกายย้อนยุคเที่ยวชมตลาดหรือถ่ายรูปร่วมกับพ่อค้าแม่ขาย ตลอดจนนักแสดงของชุมชน

...เนื่องจากสถานที่นี้มีเรื่องราวมีประวัติศาสตร์ซึ่งไม่เหมือนใคร มีอัตลักษณ์ที่สถานที่อื่น ๆ ทำไม่ได้ คือการนำจุดขายทางประวัติศาสตร์มาเป็นทุนทางวัฒนธรรมสร้างแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน

(Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...มีการแสดงจากชาวบ้าน อ้างอิงจากเรื่องเล่า...ไม่ได้อ้างอิงจากละครเท่าใดนัก...เน้นเสน่ห์ที่เป็น อัตลักษณ์ของตลาด คือ การแต่งกาย อาหารสด ปิ้งสุก และวิธีการพูดจาของพ่อค้าแม่ขายที่ใช้คำพูดแบบโบราณ

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

ด้านความประทับใจ (Impression) คือ ความประทับใจและภาคภูมิใจเมื่อได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่และเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวข้องกับสถานที่ เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

...เท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยว หลายคนมาก็เพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่ามันเป็นอย่างไรบ้าง บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนี้อะไร ๆ มันก็เปลี่ยนไป บางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจที่ได้มาเห็นนางยักษ์ นางเงือก

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย สามารถสัมผัสความภาคภูมิใจในท่านสุนทรภู่-กวีเอกของโลก ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทย ในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งเดียวในโลก

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ท่านได้รับการยกย่องเป็นคนที่ชื่อเสียงระดับโลก เป็นสามัญชนคนแรก ก็อยากเป็นคนที่มาเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในตัวท่าน เมื่อได้มาเยือน

(LR02, LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

...ประทับใจที่ละครอิงประวัติศาสตร์จะสร้างความรู้ ความตระหนักรู้ของเด็กและเยาวชนที่จะหวงแหนและรักแผ่นดินเกิดเหมือนบรรพบุรุษและช่วยกันดูแลรักษาแหล่งประวัติศาสตร์ต่อไป

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างความประทับใจ ซึมซาบกับการแสดงที่ถ่ายทอดภาพความเป็นชาวบ้านบางระจัน

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ได้สร้างความประทับใจ ฟังพอใจในความย้อนยุคและอินไปกับพื้นที่

(LR026, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

...โดยเนื้อหาบทละคร ผนวกกับชีวิตจริงของชาวชุมแสงทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและหลงใหล ในการต้อนรับของชาวชุมแสง ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเมืองชุมแสงอีกอย่างแน่นอน

(Gov05, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย่อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจในละคร... ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

ด้านความแปลกใหม่ (Novelty) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้พบกับสิ่งอยู่นอกเหนือจากความคุ้นเคย และเกิดจากแรงกระตุ้นภายในจิตใจหรือแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำในเชิงบวกและสนุกสนาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ “สิ่งใหม่ ๆ” และ “สิ่งที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันปกติ” เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องบุคลิกภาพ (Personality) พฤติกรรม (Behavior) สิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับความอยากรู้อยากเห็น การแสวงหาความรู้สึก แรงขับด้านการสำรวจ ได้แก่ ความสนใจ แรงจูงใจ อารมณ์ ความทรงจำ และการมีสติ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง การที่มีรูปปั้นตัวละครในวรรณกรรมขึ้นเอกอย่างพระอภัยมณีของสุนทรภู่-กวีชื่อดังที่ได้รับการยกย่องให้เป็นกวีระดับโลกย่อมเป็นความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยวทั้งในแง่วรรณศิลป์และประติมากรรมที่ถูกถ่ายทอดให้ได้ชื่นชม เป็นความอิมเมจที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ แรงจูงใจ อารมณ์ ความทรงจำซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพและพฤติกรรม ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

...เท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยว หลายคนมาก็เพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่ามันเป็นอย่างไรที่บรรยายไว้ไหม บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนี้อะไร ๆ มันก็เปลี่ยนไป บางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจที่ได้มาเห็นนางยักษ์ นางเงือก

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...สถานที่ในเขตพื้นที่ที่ดูแลไม่ได้สร้างจากจินตนาการในเรื่องราว แต่สร้างเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกรรคในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน ซึ่งเป็นการบอกว่าไม่ว่าจะชาติใด ภาษาไหน โดยเฉพาะชาติไทย กาพย์ กลอน โคลง กวี ดนตรี เป็นสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเชิงสากล ดังคำกล่าวที่ว่า ‘ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก’ คนที่มาก็ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้ หรือโรงเรียนในพื้นที่ก็จะจัดกิจกรรมในวันสุนทรภู่’

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เป็นการตอกย้ำ ในความเป็นเรา เป็นจุดขายทางสัญลักษณ์ เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ เรา ไปที่ไหนเจอก็ไม่ชัดเจนเหมือนมาในสถานที่ของเรา คือแกล้ง คือระยอง

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เลื่องชื่อในเรื่องของความศักดิ์สิทธิ์ด้านหน้าที่การงาน การโยกย้ายตำแหน่งของ เจ้าหน้าที่พนักงานรัฐ การสอบเข้าศึกษาต่อของนักเรียน นักศึกษา รวมถึงการมาพักผ่อน

(LR01, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ได้ประสบการณ์ผ่านรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติท่าน ในพิพิธภัณฑ์ของท่าน

(LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ได้มาดูสถานที่อยู่ของบิดาท่าน ได้ถ่ายรูป ได้กลิ่นอายของความเก่าบนเรือนไม้ ของบิดาท่านสุนทรภู่

(LR05, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีอัตลักษณ์ของความเป็นตลาดที่จำลองภาพชีวิต ความกล้าหาญและสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน ตามเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่มีพระอาจารย์ธรรมโชติและวีรชนค่ายบางระจันทั้ง 11 คน เป็น “จุดขายควบคู่ไปกับการใช้ลักษณะเด่นด้านภาษาพูดแบบโบราณและการแต่งกายย้อนยุคในการสร้างบรรยากาศให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่และการแสดงของชุมชนที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับสู่เหตุการณ์ในอดีต ช่วยกระตุ้นให้เกิดความรักชาติ ปลูกเร้าสำนึกรักถิ่นเกิด และส่งเสริมความสามัคคี อีกทั้งนำหลักวิถี “ดีเหล็กเมื่อร้อน” มาใช้ประโยชน์จากควมมีชื่อเสียงของละคร/ภาพยนตร์ซึ่งเป็นคุณค่าหนึ่งของวรรณกรรม ซึ่งสร้างความแปลกใหม่ทางประสบการณ์ได้เด่นชัด

...เสนอคำพูด คำที่ใช้พูดในสมัยก่อน เช่น ขอบน้ำใจ สวัสดิ์ขอรับ มีการเคาะไม้ เมื่อก่อนนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อให้ร้านค้าเตรียมตัว และเพื่อเป็นการขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ภาพยนตร์และละครมีผลต่อความอยากรู้อยากเห็น ทำให้อายากมาดูพื้นที่จริงที่
เกิดเรื่องราวในประวัติศาสตร์ มาเยี่ยมชมอนุสรณ์สถานชาวบ้านบางระจัน

(LR027, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่องพิพิธภัณฑสถาน อนุสรณ์สถาน
และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธาเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส

(LR030, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง”
อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ใช้ “ตัวละครฝ่ายดี” ของเรื่องในการสร้างอัตลักษณ์และ
ภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับพื้นที่ ซึ่งยังมีความเก่าและวิถีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายเช่นที่ปรากฏใน
ละคร โดยการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับในละคร ตามหลักวิธี “ดีเหล็กเมื่อร้อน” เพื่อใช้ประโยชน์
จากความมีชื่อเสียงของละคร/ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งคุณค่าของวรรณกรรม กอปรกับพื้นที่ชุมชน
เองมีความเก่าแบบในอดีตให้เห็นอยู่จริง จึงเห็นภาพหรือสัมผัสความเป็นจริงได้ไม่ยาก ซึ่งนอกจาก
นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์เสมือนจริงแล้ว ยังให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวด้วย

...สถานที่ บ้านเรือนของอำเภอชุมแสง เก่าแก่โบราณ ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว
ทำให้นักท่องเที่ยวหลงใหลในความมีเสน่ห์ของชุมแสง

(Gov05, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้ โดยเฉพาะบ้านอัคร
รุ่งเรืองพาณิชย์/นักท่องเที่ยว - มีทุกวัย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน สูงอายุ ยังเข้ามาท่องเที่ยว
อย่างต่อเนื่อง

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ภาพธรรมชาติที่ถ่ายรูปออกมาแล้วสวยงาม ชิมอาหารพื้นบ้านที่ยังคงเสน่ห์
รสชาติแบบดั้งเดิมที่มีความอร่อย เช่น ราดหน้า ผัดซีอิ้วใช้เตาถ่านในการปรุงอาหาร
ก๋วยเตี๋ยวที่น้ำซุบใช้กระดูกหมูเป็นหลัก ไม่นั่นผงปรุงรส ขนมหลากหลายที่มีความอร่อยจน
ต้องซื้อเป็นของฝาก

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...เห็นความแตกต่างของคำว่าตรอก/ซอย ได้รู้จักประตูแบบบานเพี้ยม

(LR013, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...เพราะสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่มีความน่าท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน อย่างตลาด
ชุมแสงก็มีความเก่าแก่ในแบบของมัน ทำให้มีมนต์ขลังในการน่าท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพราะ
ในยุคปัจจุบันคนหันมาสนใจวิถีชีวิตสโลว์ไลฟ์มากขึ้น

(LR016, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...โลเคชั่นที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เป็นที่นิยม คนมักมาถ่ายรูปลงโซเชียลและชื่นชม
กับความดั้งเดิมของชุมชน

(LR018, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ได้อินไปกับละคร ว่าเราได้มาสถานที่จริง ๆ กับฉากต่าง ๆ ในละคร

(LR019, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ คนที่อินกับละครก็
อยากจะไปใช้ชีวิต ไปท่องเที่ยวตามฉากที่เหมือนในละคร หรือสถานที่ที่กล่าวถึงในละคร

(LR019, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

ด้านการยอมรับ (Recognition) มีความเชื่อมโยงกับคุณค่าและความรู้สึกมั่นใจของ
นักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวตามรอย
วรรณกรรมทั้ง 3 ประเภทนี้ได้นำเอาจุดเด่นของบุคคล/กลุ่มบุคคล/ตัวละคร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่ามี
ความสำคัญต่อพื้นที่มาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวตาม
รอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
มีความคล้ายคลึงกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places):
“ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เนื่องจากเป็นการนำเอาบุคคล/
กลุ่มบุคคลที่มีชื่อของพื้นที่ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมาใช้เป็นธีมหลักในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว
จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยว
ตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง
จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการนำเอาสถานที่ที่อยู่ในนวนิยายมาใช้ประกอบฉากร่วมกับตัวละครที่สร้าง

ขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการมาเห็นสถานที่ที่ตัวละครที่ขึ้นขอบอาศัยอยู่ ดังคำสัมภาษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

...สถานที่ในเขตพื้นที่ที่ดูแล้วไม่ได้สร้างจากจินตนาการในเรื่องราว แต่สร้างเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกรรคในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน ซึ่งเป็น การบอกว่าไม่ว่าจะชาติใด ภาษาไหน โดยเฉพาะชาติไทย กาพย์ กลอน โคลง กวี ดนตรี เป็นสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเชิงสากล ดังคำกล่าวที่ว่า ‘ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดาน เป็นคนชอบกลนัก’

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ส่วนใหญ่คนก็รู้จักสุนทรภู่มาตั้งแต่เด็ก เรียนหนังสือ ได้อ่านงานของท่าน พอมา ระยองเลยอยากมาเที่ยวสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับท่าน คิดว่าพอมาเที่ยวที่นี่แล้วได้เห็นผลงานใน ห้องนิทรรศการ มันก็ทำให้นึกถึงตอนที่เรียน

(LR01, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...เชื่อว่าคนไทยเกือบทุกคนรู้จักพระอภัยมณี พอได้เห็นรูปปั้นผลงานต่าง ๆ ซึ่งเกิด จากจินตนาการของสุนทรภู่และได้เห็นประวัติต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์นี้ก็ชอบ

(LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

...เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญที่ทุกคนรู้จัก ดังนั้นเราจึงเอา เหตุการณ์นั้นมาสร้างเป็นธีมหลักในช่วงที่ยังมีความสุขสงบ ถ่ายทอดออกมาให้นักท่องเที่ยว ได้เห็น เมื่อมาแล้วก็จะได้เห็นสถานที่เหมือนอดีต มีตลาดย้อนยุคบ้านระจันที่เป็นตลาด ชุมชน ขายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน พื้นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง อยากให้นักท่องเที่ยวประทับใจกับความเป็นชาวบางระจัน”

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...เป็นพื้นที่จริงของประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับบางระจัน มาเที่ยวที่นี่แล้วก็น่าจะประทับใจ

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่นี้จากละคร หนังสือต่าง ๆ เมื่อมาเที่ยวที่นี่ซึ่งเป็นสถานที่จริงในประวัติศาสตร์ ก็จะเป็นความเป็นไปในอดีตผ่านการถ่ายทอดในรูปแบบของร้านค้า วิธีการแต่งกาย การพูดจา อยากให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ภาคภูมิใจในบรรพบุรุษ

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง”
อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

...ละคร/ภาพยนตร์เป็นประโยชน์ที่นำพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในอำเภอชุมแสง ทำให้เป็นที่รู้จักของประชาชน เพราะวิถีชีวิตของชาวชุมแสง เป็นที่น่าศึกษา มีเรื่องราวประวัติความเป็นมาต่าง ๆ ที่ทุกคนต้องมาแล้วถ่ายรูป ประทับใจในน้ำใจของชาวชุมแสง

(Gov05, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ณ ปัจจุบัน ละครจบ แต่ความเป็นเมืองชุมแสงที่มีความคลาสสิกและอาหารอร่อยยังคงอยู่ เราจึงสร้างจุดถ่ายรูปหรือสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ ขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังคงมีเรื่องเล่าของละคร ‘กรงกรรม’ แผงไว้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและไม่ลืมเลือนละครเรื่องนี้ไป เพราะเรื่องนี้ทำให้ชุมแสงเป็นที่รู้จักของคนทั้งประเทศ

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ละคร/ภาพยนตร์เป็นประโยชน์ที่นำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว จากเดิมเป็นเพียงเมืองเงียบ ๆ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก และเป็นทางผ่านมากกว่า กลายเป็นที่รู้จักของประชาชน มาเที่ยวมาแวะ มาชม/ชิม ของท้องถิ่น

(Gov08, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...เพราะละคร ทำให้คนรู้ว่าชุมแสงอยู่ที่นครสวรรค์

(LR013, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ตามกระแสละคร และโลเคชั่นของพื้นที่ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงอาหาร สถานที่ต่าง ๆ วัฒนธรรม ที่น่าสนใจ ทำให้อยากมาเรียนรู้และเยี่ยมชม

(LR018, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...เพราะว่า มีละครเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนรู้จักชุมแสงมากขึ้น และอยากมาเที่ยวที่นี่

(LR019, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

ด้านประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เกี่ยวข้องกับการจำลองสถานที่/เหตุการณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นตามละคร/ภาพยนตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เสมือนจริง การที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว เช่น อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นสถานที่ที่จำลองถึงวิถีชีวิตของสุนทรภู่ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มาเห็นการใช้ชีวิต การทำงานของนักประพันธ์ “เราจำลองสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของท่าน อยากให้คนมาดูแล้วได้เห็นว่าการใช้ชีวิตในอดีตของนักประพันธ์ระดับโลกเป็นอย่างไร เราก็หยิบเอาเรื่องราวเหล่านี้มาใช้ในการนำเสนอที่นี่” (Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563) “เชื่อว่าคนที่รู้จักสุนทรภู่ก็อยากจะอยากมาดูการใช้ชีวิตและผลงานของท่าน” (LR05, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) เช่นเดียวกับตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เสมือนจริงเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการจำลองวิถีชีวิตในอดีต มีการแสดงโชว์เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต และการนำสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในอดีตมาสร้างเป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ “ภาพยนตร์และละครสามารถโยงเข้ากับสถานที่จริงทำให้คนอยากมาดูสถานที่จริง สนามรบในอดีต ฉากหมู่บ้าน” (LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563) “ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่องพิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถาน และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธาเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส”

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563) “นักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของสถานที่จากที่เขียนไว้ในวรรณกรรมซึ่งเป็นสถานที่จริงในประวัติศาสตร์ ผ่านการถ่ายทอดรูปแบบของร้านค้า วิธีการแต่งกาย การพูดจา” (LR030, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์เสมือนจริงนั้นยังมีความเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดจินตนาการของผู้อ่านวรรณกรรมต่าง ๆ ออกมาให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์นั้น โดยเห็นจากวรรณกรรมเรื่องพระอภัยมณี ซึ่งคนไทยโดยส่วนใหญ่รู้จักตัวละครจากวรรณกรรมเรื่องนี้ ดังนั้นเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวและได้เห็นรูปปั้นที่ถ่ายทอดออกมาจากวรรณกรรมนั้นก็กล่าวได้ว่าเป็นการเติมเต็มจินตนาการที่มีต่อตัวละคร “พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งที่นี่จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี” (LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดร้อยปีชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ได้มีการจำลองสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นตามละคร/ภาพยนตร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชื่อในสิ่งที่ปรากฏอยู่ในละครและต้องการได้รับประสบการณ์เช่นเดียวกันที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากมาตามรอย ๆ “นักท่องเที่ยวชอบมากได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละครได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR06, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) “นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่ถ่ายรูปบ้านตามที่มีในละคร อบต. ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง” (LR07, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) “ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร” (LR09, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563) “ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย้อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร” (Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ให้ประสบการณ์ด้านความชื่นชอบ ความชื่นชอบ (Admiration) คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในตัวละคร/ฉาก จากวรรณกรรม/ละครที่ได้อ่าน/ชม แล้วออกตามรอยละครเพื่อสัมผัสสภาพนั้นด้วยตนเองในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) เป็นความชื่นชอบส่วนบุคคล

...ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย้อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...นักท่องเที่ยวจะสอบถามจากไกด์หรือชาวบ้าน ร้านค้าว่า ละครเรื่องนี้มาถ่ายทำที่
ชุมแสงใช่หรือไม่ เพราะทุกที่ที่ไปเหมือนในละครมาก ชีวิตครอบครัวของบ้านแม่้อยยังคง
อยู่ในพื้นที่หรือไม่ ทำไมร้านแม่้อยจึงปิดไป ณ ตอนนี้

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ผู้ชมจะคิดว่าได้มาถ่ายทำสถานที่นั้นจริง ๆ ต้องอธิบายว่าเรามีโรงถ่าย และ
สถานที่ถ่ายทำของเขา แต่เขาก็จำลองมาได้คล้ายมาก จนนักท่องเที่ยวเข้าใจว่ามาถ่ายที่นี่
จริง ๆ ก็น่ายินดีที่นักท่องเที่ยวมาตามรอยละคร ตามรอยสถานที่ ซึ่งที่ชุมแสงไม่เคยมี
เหตุการณ์อะไรแบบนี้

(Gov07, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

จากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วย
แรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมนั้นจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องกับคุณค่าเชิงประสบการณ์
และแรงบันดาลใจที่แหล่งท่องเที่ยวต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว
โดยความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันดังกล่าวจะแสดงให้เห็นว่าในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอย
ภาพยนตร์แต่ละประเภทต้องพิจารณาเรื่องคุณค่าของวรรณกรรมเพื่อนำวรรณกรรมนั้น ๆ มาใช้ใน
แหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วเชื่อมโยงเข้ากับตัววัดความพึงพอใจและคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่
นักท่องเที่ยวพึงได้รับ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่ต้องตาต้องใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไป
เยือน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครพบว่า
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมมีรูปแบบ
ในการพัฒนาที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

**1. นำจุดเด่นของวรรณกรรม/เรื่องราวทางประวัติศาสตร์/บุคคลที่มีชื่อเสียงมาใช้
ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว** เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการเห็นความเป็นอยู่ที่
เกิดขึ้นในละคร รวมทั้งไปสัมผัสกับบุคคลและผลงาน สถานที่ วิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรมของ
สถานที่นั้น ๆ จากความเชื่อของนักท่องเที่ยว ดังคำสัมภาษณ์

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

...วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ ช่วยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น มีผู้คนมามากขึ้น กระจายรายได้ อย่างที่นี้ก็นำจุดเด่นของพระอภัยมณีซึ่งมีตัวละครที่คนไทยรู้จักมาจัดแสดงเพื่อดึงดูดคนที่เคยอ่านเคยดูวรรณกรรมเรื่องนี้ ซึ่งของเราก็จะต่างจากที่อื่น มีที่นี้ที่เดียว

(Gov01, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ละคร/ภาพยนตร์เป็นประโยชน์ต่อสถานที่ท่องเที่ยวคือ ช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อย่างที่นี้ที่ใช้ชีวิตของท่านสุนทรภู่เป็นจุดศูนย์กลางของเมืองเพราะท่านเป็นคนมีชื่อเสียง และนักท่องเที่ยวที่ได้อ่านวรรณคดีของสุนทรภู่เมื่อมาจังหวัดนี้ส่วนใหญ่ก็จะมาดู ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของเมืองก็ว่าได้

(Gov03, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวคือ ทุกครั้งที่ได้่านนิยายหรือวรรณกรรมเรื่องใด มักอยากเข้าไปสัมผัสกับบุคคล สถานที่ กับวิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ เราก็ใช้แนวคิดนี้มาพัฒนาสถานที่ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยวมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก ก็อย่างนางยักษ์ที่เราเคยเห็นเคยดูในละครตอนเราเป็นเด็ก พอมาดูมันก็นึกถึงตอนเป็นเด็กเหมือนกัน

(LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ละครมีผล เพราะเป็นเรื่องที่ท่านประพันธ์ พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรม ก็ทำให้คนสนใจอยากอ่านและอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งที่นี้จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี ประสบการณ์ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน

(LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

**แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอ
ค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี**

...ภาพยนตร์และละครช่วยประชาสัมพันธ์ โปรมोट สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก
อย่างแพร่หลาย – ส่งเสริมการท่องเที่ยวของสถานที่ถ่ายทำ โดยเฉพาะถ้าสร้างมาจาก
เรื่องราวซึ่งเป็นที่รู้จักหรือประวัติศาสตร์จะสร้างความอยากรู้อยากเห็น อยากมาดู ซึ่งทำให้
แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากที่อื่นเพราะเรื่องราวที่เกิดขึ้นมันเกิดขึ้นที่นั่นทีเดียว ก็เลย
กลายเป็นเอกลักษณ์ เป็นเรื่องที่ดีไป

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...ละครที่สร้างจากวรรณกรรมที่ติดตลาด คนดูเยอะ จะส่งผลให้กระแสการ
ท่องเที่ยวมีเยอะ อย่างที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นที่รู้จักก็ทำให้ละครดู
น่าสนใจ เพราะมันเกิดขึ้นจริง สร้างอารมณ์ร่วมให้กับคนได้ง่าย และเมื่อดูแล้วก็อยากมา
เห็นสถานที่จริง เพราะที่อื่นก็จะเป็นคนละเรื่อง ถ้าอยากดูสถานที่จริงก็ต้องมาดูที่นั่นทีเดียว

(Gov011, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...คิดว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างจากเรื่องจริงทางประวัติศาสตร์มันมีความแตกต่าง
จากที่อื่น เพราะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง แต่เจ้าของพื้นที่ก็ต้องมีกลยุทธ์ในการพัฒนาสถานที่
ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน มีการ
เล่าเรื่องผ่านวรรณกรรม นำการแสดงมาถ่ายทอดในช่วงเวลาต่าง ๆ ของค่ายบางระจัน เช่น
ช่วงเช้าพระราชาก่อนค่ายแตก เพื่อปลุกเร้าให้ผู้ชมมีความรักชาติบ้านเมือง

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...สถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน มีการเล่าเรื่องผ่านละคร/ภาพยนตร์ มันก็ทำ
คนสนใจอยากดู เราก็จะเห็นหลายเรื่องที่สร้างจากเรื่องจริง คนก็อยากไปดูสถานที่จริง
มันทำให้มีเรื่องราวที่น่าสนใจ อย่างที่นี้ เรามีชาวบางระจันเป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์ของพื้นที่
ที่มาใช้สร้างเป็นจุดเด่นของสถานที่ ก็จะทำให้มีความแตกต่างจากที่อื่น

(LR027, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

**แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปี
ชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์**

...ณ ปัจจุบัน ละครจบ แต่ความเป็นเมืองชุมแสงที่มีความคลาสสิกและอาหาร
อร่อยยังคงอยู่ เราจึงสร้างจุดถ่ายรูปหรือสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ ขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
แต่ยังคงมีเรื่องเล่าของละคร ‘กรงกรรม’ แฝงไว้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและไม่ลืมเลือนละคร
เรื่องนี้ไป เพราะเรื่องนี้ทำให้ชุมแสงเป็นที่รู้จักของคนทั้งประเทศ

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นใน
ละคร ก็ถือว่าเราโชคดีที่ละครเรื่องนี้เกิดขึ้นที่นี่ เลยทำให้เรากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

(LR08, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...วรรณกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนา ตอนแรกเราก็อยู่กันเงียบ ๆ ความเป็นทางผ่าน
ทั้งทางเรือ รถยนต์ รถเมล์ และรถไฟ ทำให้เป็นที่รู้จัก เพราะการตัดถนนเลียบเมืองทำให้
ไม่มีนักท่องเที่ยวมากนัก แต่พอมันถูกพูดถึงในละครดัง ทาง อบต. ก็จัดทำสถานที่ขึ้นเลย
ให้เป็นจุดท่องเที่ยวได้ พอมีละคร นักท่องเที่ยวแวะมาเยือนถิ่นกันมาก

(LR011, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวและวรรณกรรมมีการเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน และสถานที่ที่ปรากฏในวรรณกรรมทั้งใน
รูปแบบของภาพยนตร์และละครมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ภาพยนตร์
เป็นปัจจัยดึงดูดที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ อีกทั้งยังช่วย
ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เรียกร้องความสนใจ กระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน
ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร เพื่อไปสัมผัส
กับบุคคลและผลงาน สถานที่ วิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ จากความเชื่อของ
นักท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนชื่อตรอก ซอกซอย ให้ตรงตามละคร/ภาพยนตร์ การจัดจุดถ่ายรูปที่
สอดคล้องกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นจากละคร/ภาพยนตร์ การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่

**การเปลี่ยนชื่อตรอก ซอกซอย ให้ตรงตามละคร/ภาพยนตร์ เพื่อดึงดูดลูกค้าหรือ
นักท่องเที่ยว** แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์หลายแห่งในโลกถูกเปลี่ยนชื่อตามตัวละคร
ภาพยนตร์ วรรณกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงชื่อเมืองหรือชื่อสถานที่เพื่อเชื่อมต่อกับมรดกทาง

วรรณกรรม ดังที่ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) นำมาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

...ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร

(LR08, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี ฟื้นฟูให้เป็นตลาดจริง

(LR09, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

การจัดจุดถ่ายรูปเพื่อดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ตามกระแสการท่องเที่ยวเพื่อเช็คอินว่าไปที่ไหน สถานที่เป็นอย่างไ เป็นการปักหมุดเพื่อแสดงสถานที่

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

...มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

(LR03, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ได้มาดูสถานที่อยู่ของบิดาท่าน ได้ถ่ายรูป ได้กลิ่นอายของความเก่าบนเรือนไม้ของบิดาท่านสุนทรภู่

(LR05, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

...ไม่ได้สร้างจากกระแสละคร แต่เกิดจากการอ้างอิงตามประวัติศาสตร์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวอยากมา ได้ศึกษาจากการแสดง การพูดคุยกับพ่อค้า แม่ค้า ได้ถ่ายรูปกับบุคคลที่แต่งกายย้อนยุคและเป็นตัวแทนของบุคคลในประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย เพราะได้มาถ่ายรูป รับประทานอาหาร และชมการแสดงอิงประวัติศาสตร์

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ได้เห็นสถานที่โบราณ รู้สึกถึงการย้อนยุคของชุมชนบางระจัน เป็นการมาพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะได้ถ่ายรูปกับนักรบ และมีชุดให้เช่าเพื่อแต่งกายให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อชื่นชมบรรยากาศเก่า ๆ

(LR024, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปี ชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

...ตลาดชุมแสงที่ยังคงสภาพเดิมไว้ แกลเลอรีที่มีภาพถ่าย ภาพวาดสวย พร้อมสถานที่ถ่ายรูปสวย ๆ ปรับเปลี่ยนตามห้วงเวลาให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพประทับใจไว้/อาหาร ขนมที่มีความอร่อย

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...การทำอะไรที่เป็นภาพ เขาก็จะมีเรื่องเล่าต่อ ๆ กัน ว่าฉันเคยมา ฉันเคยไป ฉันไปเห็นมาแล้ว ไปถ่ายรูปมาแล้ว ก็เป็นความรู้สึกที่ดี ที่เขามีต่อสถานที่นั้น ๆ

(Gov08, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่ถ่ายรูป บ้านตามที่มีในละคร

(LR011, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ตกแต่งสถานที่ (ตลาดร้อยปี) ด้วยภาพต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว ได้มาถ่ายรูปตามรอยละครกับโรงแรมที่มีความคลาสสิก

(LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...คนชุมแสงมีการจัดเตรียมสถานที่ จุดถ่ายรูป มีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว สมัยนี้ก็ต้องมี นักท่องเที่ยวจะชอบมาก ได้มาเห็นของจริง

(LR014, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ เช่น จัดทัวร์ตามรอยภาพยนตร์/ละคร
จัดงานตามเทศกาลต่าง ๆ

**แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง
จังหวัดระยอง**

...ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จักนั้น ใช้ท่านสุนทรภู่เป็นจุดขายของ
สถานที่นี้ เพราะท่านสุนทรภู่ เป็นกวีเอกโลก เราก็มุ่งงานประเพณีที่สอดคล้องกับท่าน เช่น
งานสุนทรภู่ หรืองานอื่นที่จะใช้ธีมเป็นเรื่องราวรอบตัวสุนทรภู่ในการจัดงาน มันก็จะ
แตกต่างจากที่อื่น

(Gov01, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จักนั้น ใช้การจัดงานประเพณี เทศกาล
ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น งานสุนทรภู่ ตักบาตรเทโว ลอยกระทง ดนตรีชายหาด (Long
Beach) เป็นจุดขายของสถานที่นี้

(Gov02, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...การจัดงานประเพณี เทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น งานสุนทรภู่ ตักบาตร
เทโว ลอยกระทง ดนตรีชายหาด ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน "วันสุนทรภู่" เช่น
ตอบคำถาม แข่งแต่งกลอน

(LR02, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

**แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอ
ค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี**

...ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย
ซึ่งการทำงานของภาคราชการในการส่งเสริมก็จะมีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่
รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่วัด เช่น งานวันค่ายแตก
งานวีรชนชาวบ้านบางระจัน การจัดพิธีบวงสรวง ฯลฯ

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย คือ ถ้าชาวบ้าน ชุมชน วัด สถานที่ทางราชการ ให้ความร่วมมือ ช่วยกันผลักดัน ก็จะประสบความสำเร็จ และอีกอย่างต้องมีจุดขาย ความเป็นตัวเอง ที่ไม่เหมือนใคร

(Gov012, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...ใช้ประเพณีต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาสถานที่ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยสร้างความสนใจของแต่ละเดือน - ม.ค. ทำบุญตลาด - ก.พ. สดุดีวีรชน - มี.ค. กวนข้าวเหนียวแดง ประเพณีสงกรานต์น้ำพระ - พ.ค. หล่อเทียน - ก.ค. ถวายเทียน - ส.ค. กวนกระยาสารท - ต.ค. ถวายกฐิน

(LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...เราก็ใช้เหตุการณ์ในอดีตมานำเสนอ อย่างตลาดนี้ก็จะเน้นที่เสน่ห์คำพูด คำที่ใช้พูดในสมัยก่อน เช่น ขอบน้ำใจ สวัสดิ์ขอรับ มีการเคาะไม้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อให้ร้านค้าเตรียมตัว และเพื่อเป็นการขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และมีการเล่าเรื่องผ่านวรรณกรรม นำการแสดงมาถ่ายทอดในช่วงเวลาต่าง ๆ ของค่ายบางระจัน เช่น ช่วงเข้าพรรษาก่อนค่ายแตก เพื่อปลุกเร้าให้ผู้ชมมีความรักชาติบ้านเมือง

(LR022, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...มีกิจกรรมทุกเดือน เช่น งานค่ายแตก งานกฐิน ประเพณี...เทศกาลประจำเดือน เช่น เดือนสิงหาคมจะมีกวนกระยาสารท

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...ใช้การแสดงในเทศกาลใหญ่ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ เช่น การแสดงเหตุการณ์เมื่อค่ายแตก มีการบวงสรวง สดุดีวีรชน มีดารามาร่วมงานช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

**แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places): “ตลาดร้อยปี
ชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์**

...ตลาดชุมแสงที่ยังคงสภาพเดิมไว้ แกลเลอรีที่มีภาพถ่าย ภาพวาดสวย พร้อม
สถานที่ถ่ายรูปสวย ๆ ปรับเปลี่ยนตามห้วงเวลาให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพประทับใจไว้/
อาหาร ขนมที่มีความอร่อย

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...เป็นการตามรอยละคร ตามหาของกินอร่อย ๆ

(LR016, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...เดินตามรอยสถานที่ท่องเที่ยว ไร่เจ้าพ่อเจ้าแม่ ตามรอยอาหาร รัตน
เตาถ่านตาโก๊ะ ข้าวต้มก๊วย จัดกรุ๊ปทัวร์บ้านแม่ มีสแกรนด์นครสวรรค์ พาผู้บริหารมาเที่ยว

(LR017, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

3. ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในท้องถิ่น
โดยความร่วมมือที่ต้องการมีหลายด้าน ทั้งในด้านการเงิน องค์ความรู้ต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์
ดังคำสัมภาษณ์

**แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่จริง (Real Places): “อนุสาวรีย์สุนทรภู่” อำเภอแกลง
จังหวัดระยอง**

...จังหวัด วัฒนธรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สนใจให้ค่าอย่างที่ควรเป็น รวมถึง
เรื่องงบประมาณและเงินทุนด้วย

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...ในนิราศเมืองแกลงกำหนดจุดที่สุนทรภู่ผ่านได้ 28 หมุดกวี หากสร้างสรรค์
หมุดกวีแต่ละหมุดให้เป็นเรื่องเล่าจำลองตามที่สุนทรภู่พรรณนาคงจะเป็นจุดขายเรียก
นักท่องเที่ยวได้มากกว่าปัจจุบันที่เป็นเพียงป้ายปักบอกเล่ากลอน บอกจุดสำคัญ ระยองจะมี
สถานที่เที่ยวเพิ่มอีก 28 จุด ครอบคลุมทั้งจังหวัด

(Gov04, ผู้ให้ข้อมูล, 30 สิงหาคม 2563)

...เอาจริง ๆ พวกเรา (ประชาชนในท้องถิ่น) ให้ความร่วมมือกับภาครัฐทุกครั้งที่มีการจัดงาน "วันสุนทรภู่" ด้วยการให้ใช้สถานที่รับรอง เจ้าหน้าที่ที่เข้าร่วมกิจกรรม แต่ผู้นำชุมชนไม่เน้นการท่องเที่ยว ไม่มีโปรโมต 1 ปี มีการจัดงานแค่ครั้งเดียวคือ "วันสุนทรภู่" ไม่มีการของบมาพัฒนา ผู้ประกอบการต้องทำเรื่องจัดของตัวเอง

(LR01, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ห้องนิทรรศการจะไม่เปิดแอร์เพราะเป็นวันหยุดของเจ้าหน้าที่

(LR02, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ปัญหาก็เป็นแค่ช่วงวันสุนทรภู่ที่จัดงานปิดถนน การจัดงานให้ผลประโยชน์ต่อคนประมุล จึงขาดรายได้ เพราะปิดโซนนี้ทั้งหมด ไม่มีคนเดิน

(LR04, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

...ให้ความร่วมมือกับภาครัฐทุกครั้งที่มีการจัดงาน "วันสุนทรภู่" ด้วยการชักชวนเพื่อน ๆ ให้มากราบไหว้ปู่

(LR05, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places): “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

...ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งการทำงานของภาคราชการในการส่งเสริมก็จะมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่วัด เช่น งานวันค่ายแตกงานวีรชนชาวบ้านบางระจัน การจัดพิธีบวงสรวง ฯลฯ

(Gov09, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย คือ ถ้าชาวบ้าน ชุมชน วัด สถานที่ทางราชการให้ความร่วมมือ ช่วยกันผลักดันก็จะประสบความสำเร็จ และอีกอย่างต้องมีจุดขายความเป็นตัวเองที่ไม่เหมือนใคร

(Gov010, ผู้ให้ข้อมูล, 22 กรกฎาคม 2563)

...มีเพจโปรโมตการแสดงย้อนหลังให้ดูเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จัก
รายการที่ถ่ายทำมีการโปรโมตช่วย แล้วก็มีร้านไปออกรายการก็เป็นการโปรโมต

(LR021, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...มีเพจตลาด / เพจนักแสดง—ประเพณี เทศกาลประจำเดือนต่าง ๆ...มีกิจกรรม
ทุกเดือน เช่น งานค่ายแตก งานกฐิน ถ้ามีการประสานขอเข้ามาถ่ายทำจะให้ความร่วมมือ
เต็มที่ เช่น รายการ ‘ตามรอยพระเจ้าตาก’

(LR023, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

...มีหน่วยงานภาครัฐคอยเข้ามาทำกิจกรรมในพื้นที่นี้เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ซึ่งกัน
และกัน การพัฒนาสถานที่ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องอาศัย
ความสามัคคีของคนในตลาดนี้ด้วย จึงมีการแบ่งการดูแลรักษาออกเป็น 11 ชุม แต่ละชุม
มีคนดูแล 4 คน มีคณะกรรมการบริหาร มีจิตอาสาต่าง ๆ ทั้งช่างภาพ กองบุญ ฯลฯ”

(LR025, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2563)

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) “ตลาดร้อยปีชุมแสง” ตำบลชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

...มีการวางแผนร่วมกับผู้แตงนวนิยายและผู้สร้างตั้งแต่ละครออนแอร์ได้เพียง
2 ตอน และเมื่อละครกรรมจบลง ทางช่องสามมีความชอบในเสน่ห์เมืองชุมแสง จึงได้มา
ถ่ายทำจริง ๆ ในบางตอนของเรื่องทุ่งเสนาหา

(Gov06, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...การถ่ายรูป มุมต่าง ๆ โพสต์ลงโซเชียล จะช่วยให้เป็นที่รู้จักได้ไว

(Gov08, ผู้ให้ข้อมูล, 18 พฤศจิกายน 2563)

...มีแนวทางพัฒนาร่วมกับอัมพวาและชัยภูมิ ที่มีการแลกเปลี่ยนดูงาน
ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว

(LR012, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

...ช่วยตกแต่งสถานที่ (ตลาดร้อยปี) ด้วยภาพต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก
ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว

(LR017, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563)

สรุป

วรรณกรรมเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวโดยสามารถเป็นแรงบันดาลใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสถานที่จริง (Real Places) แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) และแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) โดยแรงบันดาลใจที่พบมี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ ด้านคลังความรู้ ด้านปัจจัยในการดึงดูด ด้านแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ และด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมสามารถมอบคุณค่าเชิงประสบการณ์ได้ในหลายด้าน สำหรับการศึกษาครั้งนี้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ ให้คุณค่าเชิงประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ด้านสุนทรียรส (Hedonics) การยอมรับ (Recognition) ความประหลาดใจ (Surprise) การเข้าร่วม (Participation) ความสนุกสนาน (Fun) และด้านการเรียนรู้ (Knowledge)

สำหรับแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมสามารถทำได้โดยนำจุดเด่นของวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนชื่อตรอก ซอกซอย ให้ตรงตามละคร/ภาพยนตร์ การจัดจุดถ่ายรูปที่สอดคล้องกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นจากละคร/ภาพยนตร์ การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ โดยต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ รวมทั้งศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 แรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ในการศึกษาแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ใน 5 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ คือ การนำของดีในชุมชนมาใช้สร้างจุดเด่นให้กับพื้นที่ เช่น ตัวบุคคล กลุ่มบุคคล ตัวละคร สถานที่ที่ถ่ายทำภาพยนตร์/ละคร เหตุการณ์สำคัญ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชนบประเพณีที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร
2. การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้/ได้องค์ความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดมูมถ่ายรูป การจำลองสถานที่ จัดทำห้องนิทรรศการ
3. การสร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม) คือ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์/ละคร หรือความรู้ที่ได้รับจากภาพยนตร์/ละคร
4. การสร้างแรงบันดาลใจ คือ การนำเสนอเรื่องราว ชีวประวัติ หรือเหตุการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิด การกระทำ หรือเป็นตัวอย่าง เช่น สร้างแรงบันดาลใจในอาชีพ เป็นตัวอย่างในเรื่องความอดทนไม่ย่อท้อ อนุรักษ์และหวงแหนบ้านเกิด

5. การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ คือ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

จากการศึกษาคุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ ให้คุณค่าเชิงประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่

1. ด้านสุนทรียรส (Hedonics) หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึก เช่น การจดจำ/ระลึกถึง (Memorability) ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Enjoyment) หรือความตื่นเต้น (Excitement)

2. ด้านการเข้าร่วม (Participation) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น การใช้เวลา การใช้จ่ายเงิน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

3. ด้านความประทับใจ (Impression) คือ ความประทับใจและภาคภูมิใจเมื่อได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่และเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวข้องกับสถานที่

4. ด้านความแปลกใหม่ (Novelty) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้พบกับสิ่งที่ยู่นอกเหนือจากความคุ้นเคย และเกิดจากแรงกระตุ้นภายในจิตใจหรือแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำในเชิงบวกและสนุกสนาน

5. ด้านการยอมรับ (Recognition) มีความเชื่อมโยงกับคุณค่าและความรู้สึกมั่นใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ

6. ด้านประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เกี่ยวข้องกับการจำลองสถานที่/เหตุการณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นตามละคร/ภาพยนตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เสมือนจริง

7. ด้านความชื่นชม (Admiration) คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความชื่นชมในตัวละคร/ฉากจากวรรณกรรม/ละครที่ได้อ่าน/ชม แล้วออกตามรอยละครเพื่อสัมผัสสภาพนั้นด้วยตนเองในแหล่งท่องเที่ยว เป็นความชื่นชมส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมนั้นสามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. นำจุดเด่นของวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนชื่อตรอก ซอกซอย ให้ตรงตามละคร/ภาพยนตร์ การจัดจุดถ่ายรูปที่สอดคล้องกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นจากละคร/ภาพยนตร์ การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่
3. ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 แรงแบบตาลใจจากวรรณกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมมีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ สำหรับการศึกษาครั้งนี้พบว่า วรรณกรรมมีแรงบันดาลใจต่อการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการสร้างสิ่งดึงดูด (ฮิม) ด้านแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ และด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ (ตาราง 10)



ตาราง 10 แสดงแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่จริง	แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น	แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในนวนิยาย
ลักษณะแรงบันดาลใจ			
การสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ การสรรค์สร้างแบบอย่างที่ดีหรือของดีในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	นำเอาบุคคลที่มีชื่อเสียงและสถานการณ์/เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่นำมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่	นำเอาบุคคลที่มีชื่อเสียง สถานการณ์/เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ จุดเด่นด้านวัฒนธรรม มาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่	นำเอาตัวละครเด่นที่อยู่ในนวนิยาย/ละครและการจำลองสถานที่จากละคร มาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่
สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้: การทำให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์	เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม วิถีชีวิต และชนบทประเพณีต่างๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรม	เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่และการแสดงที่จัดขึ้นในสถานที่	การเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชนบทประเพณีต่างๆ ผ่านการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับสถานการณ์ในอดีต
การสร้างสิ่งดึงดูด (ัม): การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว	ใช้ตัวบุคคล ผลงาน หรือที่พำนักอาศัยของนักเขียนที่มีชื่อเสียง	ใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอดีต	ใช้มรดกทางวัฒนธรรมซึ่งไม่จำเป็นต้องทำเหมือนอดีตแต่ทำให้อุดมคติทำให้อุบัติและเพลิดเพลินใจ
การสร้างแรงบันดาลใจ: การนำเสนอเรื่องราว ชีวประวัติ หรือเหตุการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดการกระทำหรือเป็นตัวอย่าง	เรื่องมุมมองด้านการงานอาชีพ ด้านการศึกษา/ค่านิยม ด้านความเชื่อศรัทธาต่อตัวบุคคล รวมถึงความซาบซึ้งในคุณค่าของวรรณกรรม	เรื่องความต้องการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง ส่งเสริมให้มีความสามัคคีในสังคม	การรักษาวิถีชุมชน การเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ: การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยว	นำเสนอถึงลักษณะเด่นตามวรรณกรรม โดยเฉพาะในด้านการนำเสนอชีวิตของผู้ประพันธ์ให้เห็นเป็นรูปธรรม รวมทั้งได้มาเห็นสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรมภาพยนตร์	ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับการได้มาเห็นสถานที่ที่เป็นเหตุการณ์จริงในประวัติศาสตร์ ได้มาเห็นสถานที่ที่บุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ใช้ชีวิต	นำเสนอวิถีชีวิตของตัวละครเด่นที่อยู่ในนวนิยาย/ละคร และได้จำลองสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในละครให้นักท่องเที่ยวได้เห็นจริง

ในด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นเป็นการนำจุดเด่นของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้นำเอาตัวละคร ตัวละคร และเหตุการณ์มาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Macionis (2007) ที่กล่าวว่า ในการสร้างจุดเด่นให้กับสถานที่ที่เชื่อมโยงกับวรรณกรรม/ภาพยนตร์/ละครนั้นมักจะนำเอา “บุคคล/ตัวละคร” ซึ่งมีบทบาทต่อสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือตำนานและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาสร้างความแตกต่างให้กับพื้นที่ เนื่องจากสามารถสร้างการจดจำให้กับพื้นที่ได้เป็นอย่างมาก เช่นเดียวกับ Mansfield (2015) ที่เห็นว่า การสร้างอัตลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถใช้ตัวละคร เนื้อเรื่อง ชีวิตผู้เขียน เหตุการณ์ สถานที่ถ่ายทำจากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) นำจุดเด่นด้านการประพันธ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงอย่าง “สุนทรภู่-กวีเอกโลก” มาสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) นำ “กลุ่มบุคคล” ที่มีชื่อเสียง คือ พระอาจารย์ธรรมโชติและวีรชนค่ายบางระจันทั้ง 11 คน มาสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ชาติไทย ซึ่งเป็นที่รับรู้และระลึกถึงมาถ่ายทอดความเป็นตลาดที่จำลองภาพชีวิตของชาวบ้านบางระจัน

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) ใช้ “ตัวละครฝ่ายดี” สร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับพื้นที่ ทั้งนี้ จุดเด่นดังกล่าวเหล่านี้นอกจากจะเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังกลายเป็นภาพลักษณ์ของสถานที่ด้วยเช่นกัน

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมักจะถูกนำมาใช้เป็นจุดขายหลักโดยนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพของสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่นั้น ๆ ซึ่งการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมักจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ๆ มากกว่าข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับ เนื่องจากว่าบุคคลที่กำลังจะตัดสินใจเลือกเดินทางไปสถานที่ใดนั้นมักมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้นน้อยมากและไม่สามารถทดลองสินค้าก่อนได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (J. H. Kim, 2018; Styliadis, & Cherifi, 2018) และเนื่องจากศักยภาพของภาพยนตร์/ละครเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครจึงมีความได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น (S. Hudson, Y. Wang, & S.M. Gil, 2011; Stylos, Vassiliadis, Bellou, & Andronikidis, 2016)

จาก “อัตลักษณ์” ที่นำมาเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทยานำมาซึ่ง “การเรียนรู้” ที่นักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยว รับรู้ ได้จากสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวเตรียมไว้ให้ เพื่อเป็นอีกหนึ่งจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าเป็นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คุ้มค่า ดังที่ Mansfield (2015) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความรู้ ทักษะสังคม และคุณค่าของการเชื่อมโยงวรรณกรรมที่ไม่ได้วางแผน (Knowledge, Social Capital and the Unplanned Value of Literary Links) ไปยังพื้นที่ซึ่งอาจเป็น/ไม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว อีกนัยหนึ่งคือการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนระหว่าง/อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนจากสิ่งที่ไม่เป็นที่รู้จักไปสู่การเป็นที่รู้จัก (Scott, Baggio, & Cooper, 2008) การที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยวได้นั้นถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จึงมีบทบาทในการที่จะต้องกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ แต่ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละกลุ่มด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ หรือจุดหมายในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องเข้าใจในความต้องการที่กำหนดโดยทุนทางวัฒนธรรมส่วนบุคคลว่าตรงกับค่านิยมและความเชื่อของนักท่องเที่ยวอย่างไร นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันจะมีทุนทางวัฒนธรรมส่วนบุคคลสูงขึ้นจากเดิม เนื่องจากมีความรู้มากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Agarwal, & Shaw, 2018) สำหรับ

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในการศึกษานี้ได้มีกิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวหลายอย่าง เช่น การจัดมุมถ่ายรูป การจำลองสถานที่ จัดทำห้องนิทรรศการเพื่อการสืบค้น/เรียนรู้ การสร้างรูปปั้นตัวละคร และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของบุคคล เหตุการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น เนื่องจากสิ่งดึงดูดที่มีในแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแทนของภาพยนตร์/ละครซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยี่ยมชม Macionis (2004) อธิบายว่า ปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่นอกเหนือจากความต้องการเห็นสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในละคร/ภาพยนตร์แล้ว ยังต้องการเห็นการจำลองโครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์ที่จะพานักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ของโลกซึ่งอยู่ในจินตนาการเพื่อหลีกเลี่ยงความเป็นจริงและได้สัมผัสถึงความโรแมนติกหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ประสบการณ์ทดแทน (Vicarious Experience) นักท่องเที่ยวไม่ได้ถูกดึงดูดด้วยฉากหรือสถานที่จากทางภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว แต่อาจถูกดึงดูดด้วยเนื้อเรื่อง ประเภทของภาพยนตร์ บทภาพยนตร์ หรือความรู้ที่ได้รับจากภาพยนตร์/ละคร ซึ่งสำหรับคนบางกลุ่มเนื้อเรื่องอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับภาพยนตร์/ละครไว้อย่างแนบแน่นจนมีอิทธิพลทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เป็นฉากในภาพยนตร์/ละคร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละที่จะเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์/ละครเฉพาะเรื่อง เช่น อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (Real Places) ได้สร้างสถานที่ภายใต้ธีมพระอภัยมณีที่เป็นผลงานเอกของสุนทรภู่ หรือ “ตลาดร้อยปีชุมแสง” อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) ที่จำลองพื้นที่ตามละครเรื่องกรงกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ต้องนำเสนอสถานที่/ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหมือนดังปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละครเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความคาดหวังว่าจะได้เห็นสถานที่เหมือนที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์/ละคร Macionis (2004) สรุปในประเด็นนี้ว่า ปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ได้แก่ สถานที่ (การได้มาเห็นฉาก ภูมิทัศน์) บรรยากาศ (การได้อยู่ในสภาพแวดล้อม/บรรยากาศที่ปรากฏอยู่ในละคร) และตัวละคร (ความรู้สึกว่าได้ใกล้ชิดกับตัวละครโปรด)

ทั้งนี้ การสร้างสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวตามแบบภาพยนตร์/ละครนั้นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งคือ การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปนั้น นักท่องเที่ยวมักมีจินตนาการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการได้อ่านวรรณกรรม/ดูละคร/ภาพยนตร์ จึงทำให้ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในละคร/ภาพยนตร์ เพื่อเยี่ยม

ชมสถานที่และเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จุดหมายปลายทางจัดเตรียมไว้ให้ โดยหวังว่าจะได้ทำกิจกรรมเฉพาะจำนวนมาก ซึ่งอาจรวมถึง 1) การเล่นตามลำดับฉากที่เกิดขึ้นในสถานที่นั้น ๆ และพยายามเลียนแบบตามที่นักท่องเที่ยวจดจำได้ 2) การแสดงฉาก คือ การที่นักท่องเที่ยวแต่งกายคล้ายกับตัวละครเอกของภาพยนตร์หรือซีรีส์เพื่อเป็นตัวแทนของฉาก 3) การได้รับข้อมูลเพิ่มเติมที่ทำให้นึกถึงฉากที่เกิดขึ้นที่นั่นหรืออธิบายบทบาทของสถานที่นั้นในภาพยนตร์หรือซีรีส์ ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะพบภาพหรือข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ที่พวกเขาอยู่ 4) การซื้อของที่ระลึก เนื่องจากเป็นวิธีหนึ่งในการ "บริโภคน" ภาพยนตร์หรือซีรีส์ต่อไป หลังจากที่เที่ยวได้เยี่ยมชมสถานที่นั้น ๆ โดยได้รับความทรงจำที่เป็นรูปธรรมและจับต้องได้ของประสบการณ์ (Beeton, 2016) จะเห็นได้ว่าแนวทางหนึ่งในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นต้องสามารถสนองต่อความต้องการสัมผัสประสบการณ์ (หรือแม้แต่อารมณ์) ที่พบในภาพยนตร์/ละคร ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของตำนาน/การเล่าเรื่อง/แฟนตาซีเกี่ยวกับภาพยนตร์/ละครนั้นได้

สำหรับด้านการสร้างแรงบันดาลใจนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการที่สถานที่ที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้มาเยือนได้กระทำ/ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2558) อธิบายในประเด็นนี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำเสนออารมณ์และความรู้สึกให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยเรียกลักษณะดังกล่าวว่าคุณค่าเชิงอารมณ์ หมายถึง ความรู้สึกหรือแรงบันดาลใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญของการเดินทางไปท่องเที่ยวคือการรับรู้หรือการเห็นคุณค่าในการท่องเที่ยว เฉกเช่นเดียวกับที่ “สุนทรภู่” ได้ส่งต่อแบบแผน แบบอย่างในเชิงวรรณกรรม ซึ่งได้รับการยกย่องในระดับโลกให้ได้สัมผัส เรียนรู้ ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนคุณค่าของวรรณกรรมได้ชัดเจนทั้งการได้อ่านบทประพันธ์ที่โดดเด่นหรือการได้เห็นรูปปั้นตัวละครต่าง ๆ ในวรรณกรรมชิ้นเอกเรื่อง “พระอภัยมณี” ตลอดจนเรื่องราวในชีวิตของท่านที่สร้างแรงบันดาลใจในการ “ไม่ยอมแพ้” ต่อชะตาชีวิตในช่วงชีวิตที่ตกต่ำ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้น (Built Places) มีแรงบันดาลใจในเรื่องความต้องการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง ส่งเสริมให้มีความสามัคคีในสังคม และแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในนวนิยาย (Fictional Places) มีแรงบันดาลใจในการรักษาวิถีชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Liu, X., & Pratt, S. (2019) ที่พบว่า การมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพยนตร์/ละคร/เนื้อเรื่อง/ตัวละครส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Riley, R., Baker, D., & van Doren, C. S. (1998a) อธิบายถึงผลการศึกษาดังกล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการระบุตัวตน ความคุ้นเคย ความเห็นอกเห็นใจ และการไตร่ตรองเท่านั้น แต่ยังนำความหมายที่แท้จริงจากละคร/ภาพยนตร์มาสู่ผู้ชมด้วย จากรายละเอียดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่สามารถสื่อถึงอารมณ์และนำเสนอบรรยากาศของสถานที่ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้นั้นจะสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องด้วยเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์ที่หลากหลายและแตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น นอกจากนี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในด้านการมีส่วนร่วมและกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาเที่ยวซ้ำ สำหรับการศึกษาครั้งนี้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ ให้คุณค่าเชิงประสบการณ์ในด้านสุนทรียรส (Hedonics) การยอมรับ (Recognition) การมีส่วนร่วม (Participation) ความประทับใจ (Impression) ความแปลกใหม่ (Novelty) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) และความชื่นชม (Admiration) นักวิชาการหลายท่านอธิบายประเด็นนี้ว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความเกี่ยวข้องกับสถานที่ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แต่ละแห่งมีความเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์ รวมทั้งนักท่องเที่ยวเองนั้นก็มีอารมณ์ จินตนาการ การตีความ และความทรงจำที่แตกต่างกันจึงทำให้ประสบการณ์ที่ได้รับมีความหลากหลาย และเฉพาะบุคคล (Kim, 2012; Kim, 2012; Oviedo-García, Castellanos-Verdugo, Trujillo-García, & Mallya, 2016; Teng, & Chen, 2020)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า คุณค่าเชิงประสบการณ์ของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นโดยส่วนใหญ่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเข้าถึง (อิน) ในภาพยนตร์/ละคร ทั้งในส่วนของตัวละคร ดารา การเล่าเรื่อง โคร่งเรื่อง และดนตรี ทำให้มีประสบการณ์เชิงบวกเมื่อท่องเที่ยวในสถานที่จริง เช่น นักท่องเที่ยวประทับใจที่เห็นรูปปั้นนางยักษ์ นางเงือก หรือการได้ถ่ายรูปกับร้านขายของชำของตัวละครจากเรื่องกรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Carl, Kindon, & Smith (2007) ที่พบว่า การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับความประทับใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับยังช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำเสนอในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ กล่าวได้ว่า ประสบการณ์เป็นตัวกระตุ้นการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey Theory) ของ Lemon, & Verhoef (2016) และโมเดลการสร้างความผูกพันอย่างลึกซึ้งของผู้บริโภคด้วยกระบวนการบริการ (The Customer Engagement Service System Model) ที่พบว่า ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และส่งผ่านไปยังความผูกพันอย่างลึกซึ้ง ผลลัพธ์ที่ได้จะก่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ดีที่สุดเนื่องจากสามารถสร้างความผูกพันอย่างลึกซึ้งผ่านการร้อยรัดทางอารมณ์ (Emotional Attachment) จนทำให้สินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

ด้วยการเปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมนั้นสามารถดำเนินการได้ดังนี้

การนำจุดเด่นของวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพื่อตอบสนองจินตนาการของนักท่องเที่ยว โดยหลักการสร้างอัตลักษณ์นั้นเกิดจากการรับรู้ที่มีต่อสถานที่ซึ่งก่อให้เกิดความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ จากวรรณกรรมผ่านภาพยนตร์/ละคร รวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เรียกว่าคุณค่าการผลิต ซึ่งรวมถึงตัวละคร อารมณ์ต่าง ๆ และเรื่องราวสะเทือนใจ การได้ยินและการมองเห็นที่ส่งผลด้านสุนทรียะ (Kim, 2012b) องค์ประกอบเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน (ผู้ชมและตัวละคร ผู้อ่าน ตัวละครและผู้แต่ง) เรื่องราว (เรื่องราวส่วนตัวของผู้ชม และเรื่องราวที่สร้างขึ้นจากตัวละคร) กับสถานที่ต่าง ๆ (Roesch, 2009) Baloglu, & McCleary (1999) อธิบายว่าการทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ปัจจัยกระตุ้นและปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยกระตุ้นเป็นสิ่งทางกายภาพ เช่น วัตถุ ประสบการณ์หรือสิ่งเร้าภายนอก ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะทางจิตวิทยา (ค่านิยม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และลักษณะทางสังคม (อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส) ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม Gartner (1989) แสดงความเห็นว่าการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครให้มีอัตลักษณ์และเป็นที่รู้จักนั้นนอกจากจะเกิดจากกระแสของภาพยนตร์/ละครแล้วยังสามารถทำได้อีกหลายวิธี ได้แก่ การกระตุ้นอย่างเปิดเผย (Overtly Induced) เช่น ผ่านผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การกระตุ้นทางอ้อม (Covertly Induced) เช่น การใช้คนดังในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การเขียนบทความ/รายงานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วิธีการทางอ้อม (Organic) เช่น ได้รับความรู้จากเพื่อนและครอบครัว การรับรู้อย่างอิสระ (Autonomous) ผ่านข่าวในสื่อต่าง ๆ สารคดี รายการโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ และการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ Juškelyte (2016) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีส่วนในการสร้างภาพยนตร์/ละครเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและเป็นผู้สร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ผ่านภาพยนตร์/ละคร

การตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนชื่อตรอก ซอกซอย ให้ตรงตามละคร/ภาพยนตร์ การจัดจุดถ่ายรูปที่สอดคล้องกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นจากละคร/ภาพยนตร์ การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ เป็นการเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจนระหว่างการท่องเที่ยวและภาพยนตร์/ละคร เนื่องจากบุคคลถูกกระตุ้นจากวีว ทิวทัศน์ ทัศนียภาพ และสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ตามที่ถ่ายทอดจากภาพยนตร์/ละคร (Hudson, Wang, & Gil, 2011) และยิ่งผู้ชมภาพยนตร์/ละครมีความเคลิบเคลิ้มหรือหลงใหลในภาพยนตร์/ละครมากเท่าไรก็จะยิ่งทำให้สนใจที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นมากขึ้นเท่านั้น Wang et al. (2019) แสดงความคิดเห็นว่า ความคลั่งไคล้ในภาพยนตร์/ละครเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดและความสนใจเยี่ยมชม อีกทั้งความอึดอ้อมใจจากภาพยนตร์/ละครนั้นเป็นสื่อกลางสำคัญที่ทำให้รู้สึกคุ้นเคยต่อสถานที่ในเบื้องต้น ทำให้ต้องการเห็นสถานที่เหมือนกับที่ตนเห็นในภาพยนตร์/ละคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องการเข้าไปมีส่วนในกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับละคร/ภาพยนตร์ (Li, Tian, Lundberg, & Gkritzali, 2021) ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์/ละครควรต้องเข้าใจถึงการรับรู้และความต้องการทั้งด้านสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้อาจกำหนดกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเป้าหมายหลักของหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน มุมมองต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้ยั่งยืนเพื่อชุมชนสามารถทำได้หลายวิธี รวมทั้งการทำการตลาดในพื้นที่เป็นสิ่งจำเป็น เพราะนอกจากจะเป็นการสนับสนุนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่นแล้วยังเป็นการบูรณาการภาพยนตร์และการท่องเที่ยวในชุมชนซึ่งจะช่วยลดผลกระทบที่เกี่ยวข้องดังความเห็นของ Macionis, & O'Connor (2011) ที่กล่าวว่า ชุมชนเจ้าบ้านต้องเป็นผู้ดำเนินการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบและเพิ่มผลกระทบเชิงบวกที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และจำเป็นต้องมีการร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดทั้งภาครัฐและเอกชน หรือตัวนักท่องเที่ยวเอง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่อยู่ในชุมชน ทั้งนี้รวมถึงการทำงานและสร้างความรู้ความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือกัน (Alonso, & Nyanjom, 2015) เพราะการมีส่วนร่วมเป็นความร่วมมือในเชิงพหุภาคีโดยร่วมกันวางแผน ร่วมกันปฏิบัติตามแผน ร่วมกันใช้ประโยชน์ ร่วมกันติดตาม ประเมินผล และร่วมกันบำรุงรักษา

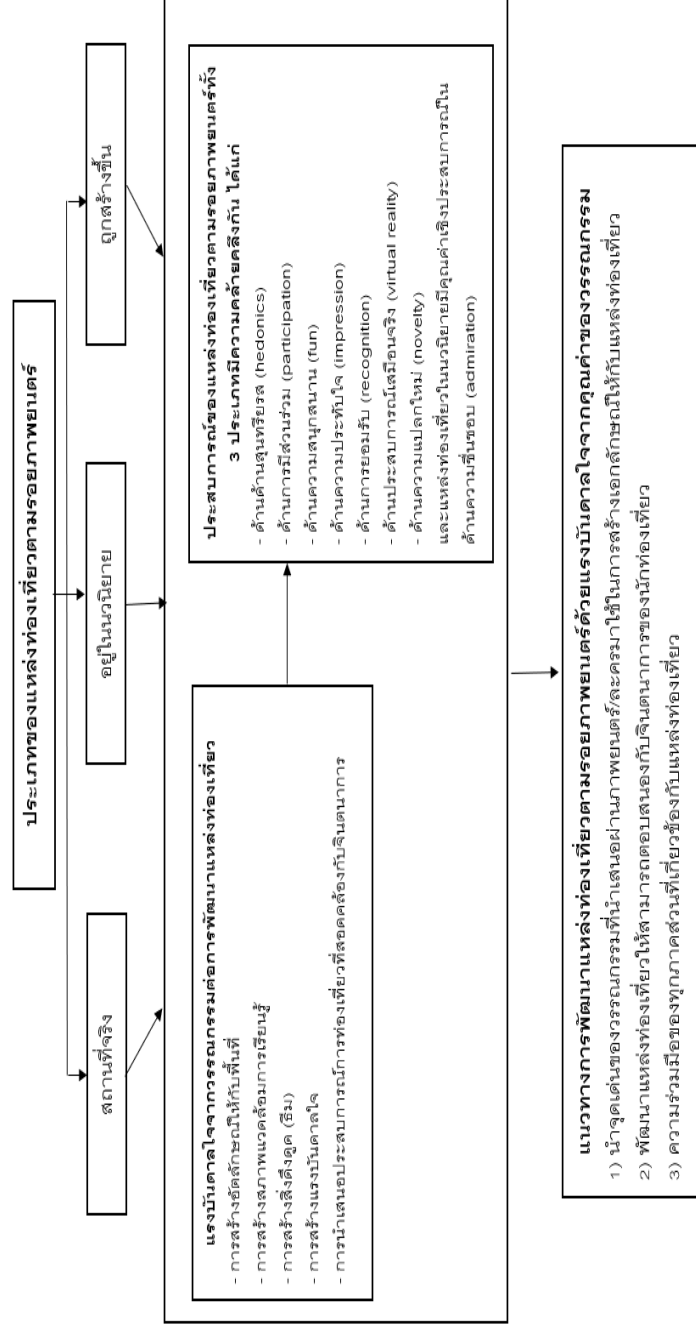
นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ของสื่อเพื่อให้อาจพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือชุมชนท้องถิ่น (Hede, &

O'Mahony, 2004) ปัจจุบันการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นอีกช่องทางที่เพิ่มประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันสร้างการรับรู้ด้วยสื่อออนไลน์ เพราะจะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว (อิทธิเทพงาม ศิลปเสถียร, 2563) อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะถ้าสามารถมอบประสบการณ์ที่ตรงกับที่ปรากฏในละคร/ภาพยนตร์จะส่งผลให้ผู้เข้าชมมีความพอใจ (Mansfield, 2015)



สรุปกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม สามารถสรุปองค์ความรู้ตามกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพ



ภาพ 6 แสดงสรุปกรอบแนวคิด

ที่มา: กุญชล เพ็ชรเสนา, และศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2564

จากภาพ 6 สรุปได้ว่า ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นแรงบันดาลใจจากวรรณกรรมนั้นประกอบไปด้วยการสร้าง “อัตลักษณ์” ให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ สร้างสิ่งดึงดูด สร้างแรงบันดาลใจ และนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจินตนาการ โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความคล้ายคลึงกัน แต่ยังคงมีความแตกต่างในรายละเอียดขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอประสบการณ์

ดังนั้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมจำเป็นต้องคำนึงถึงการนำจุดเด่นของวรรณกรรมมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว และความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจึงจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ทั้ง 3 ประเภท โดยปรับปรุงสภาพแวดล้อมระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ปรับปรุงคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก ตลอดจนบริการต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ชัดเจน ดูแลบริการสาธารณสุขในพื้นที่ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ
2. อนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น โดยอนุรักษ์และคงสภาพความดั้งเดิมของโบราณสถาน และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในท้องถิ่นไว้อย่างดี
3. เผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแก่คนในท้องถิ่น ให้มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยเผยแพร่ความรู้และเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่ประชาชนในพื้นที่ จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบุคลากรระหว่างหน่วยงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด
4. แบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในบริเวณที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้ชัดเจน และจัดระบบข้อมูลในการเดินทางเพื่อควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่
5. ส่งเสริมการผลิตสินค้าในชุมชนท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
6. สนับสนุนเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
7. จัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในจังหวัดและระหว่างกลุ่มจังหวัด เพื่อเพิ่มจุดขายร่วมกันของพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

8. ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีมาตรฐานมากขึ้น

9. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยวให้ครบทรัพยากรท่องเที่ยวทุกด้าน และใช้สื่อการประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะ (Recommendations) ในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาการสร้างแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ผ่านมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ ผู้สร้างภาพยนตร์/ผู้จัดละคร ผู้กำกับภาพยนตร์/ละคร ฝ่ายสถานที่ ผู้แต่ง/ผู้เขียนบท เนื่องจากเป็นผู้นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในภาพยนตร์ ละคร วรรณกรรม รวมถึงเป็นผู้ที่มีบทบาทในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวด้วย





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (ผู้ผลิต). (2559). *การท่องเที่ยวตามรอยละคร ภาพยนตร์*. สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก <http://kanittha.rpu.ac.th/wp-content/w-content/uploads/2016/11/11-Special-Unit-11.pdf>.
- ฉัตรเฉลิม งามอาจานศาล. (2551). การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด: ผลิตซ้ำหรือนวัตกรรมใหม่. *จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 4, 10.
- ฐานิตา พันธุ์มณี. (2555). *การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์*. จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42771>
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2551). *การศึกษาทักษะการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นิตยาวิดี วัชโรบล. (2553). *อิทธิพลของละครโทรทัศน์ไทยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ภูเบศร์ สมุทรจักร. (2552). Inspiration...พลังแห่งลมหายใจ ไฟในการทำงาน. *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต / Productivity world*, 14(79 (มีค.-เม.ย. 2552)), 4.
- วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2558). *คุณค่าของประเทศไทย จากการรับรู้ของนักท่องเที่ยว สหราชอาณาจักร. et al.* ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- กรวรรณ สังขกร, อาชวีบาร์มี มณีตระกูลทอง, กาญจนา จีรัตน์. (2559). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย หลังกระแสภาพยนตร์ The Lost in Thailand*. สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก <http://site.sri.cmu.ac.th/~ctrd/uploads/editor/files/16.2557%20The%20Lost%20in%20Thailand.pdf>
- สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์. (2563). *วรรณกรรมกับการท่องเที่ยว: เศรษฐกิจ (การท่องเที่ยว) สร้างสรรค์จากฐานรากวัฒนธรรม, วารสารมนุษยศาสตร์ ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 9(1), 16.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- อติเทพ งามศิลปเสถียร. (2563). *แนวทางการยกระดับคุณภาพของสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 59-74.

- อมรรรัตน์ เปี่ยมดนตรี, และศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. (2558). การใช้วรรณกรรมขุนช้าง ขุนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสาร Veridian E-Journal, Slipakorn University, สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(2), 12.
- อิรวดี ไตลังคะ. (2543). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Agarwal, S., & Shaw, G. (2018). *Heritage, screen and literary Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 34. doi: [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)
- Alonso, A. D., & Nyanjom, J. (2015). *Local stakeholders, role and tourism development*, 16. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1078782>
- Anacamee, S. S. (2009). *Creativeness power of an inspiration*. Bangkok: Siamese Publishing House.
- Anastasopoulos, P. G. (1992). Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 14. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90058-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90058-W)
- Baloglu, S., & McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annal of Tourism Research*, 26, 29.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. London: Sage Publications.
- Beeton, S. (2005a). *Film-induced tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2016). *Film-induced tourism*. Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications.
- Bidaki, A., & Hosseini, S. H. (2014). Literary tourism as a modern approach for development of tourism in Tajikistan. *Journal of Tourism & Hospitality*, 3(1), 4.
- Busby, G., & Hambly, Z. (2000). *Literary tourism and the Daphne du Maurier festival* (P. J. Payton Ed. Vol. 8). Exeter: University of Exeter Press.
- Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of vacation marketing*, 7(4), 13.

- Carl, D., Kindon, S., & Smith, K. (2007). Tourists' experience of film locations: New Zealand as 'Middle-Earth'. *Tourism Geographies*, 9(1), 49-63.
- Case, S. (2016). *The third wave: An entrepreneur's vision of the future*. New York: Simon & Schuster.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 17.
- Clifford, J. (1997). *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge, MA: MA: Harvard University Press.
- Cole, S. T., & Illum, S. F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 14. doi: <https://doi.org/10.1177/1356766706062156>
- Cole, S. T., & Scott, D. (2004). Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(1), 12. doi: https://doi.org/10.1300/J073v16n01_08
- Connell, J. (2005). Toddlers, tourism and Tobermory: Destination marketing issues and television-induced tourism. *Tourism Management*, 26(5), 14. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.04.010>
- Connell, J. (2012). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 13.
- Cosma, S., Pop, C., & Negrusa, A. (2007). Should Dracula myth be a brand to promote Romania as a tourism destination?. *Interdisciplinary Management Research*, 3, 18.
- Dann, G. (1996). *The language of tourism: A sociolinguistic perspective*. Wallingford, Oxon, UK: CAB International.
- Denzin, N. K. (1989). *Undereducated uncompetitive USA. The research act*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.
- Driscoll, B. (2018). Local places and cultural distinction: The booktown model. *European Journal of Cultural Studies*, 21(4), 21(4), 17.

- Frost, W. (2004b). Historic films and destination image in Australia and the American West: A comparative study of Ned Kelly and High Noon. In *Paper presented at the CAUTHE Conference Proceedings*. Australia: Brisbane.
- Gartner, W. C. (1989). Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. *Journal of Travel Research, 28*, 4.
- Gyimothy, S., Lundberg, C., Lexhagen, M., & Larson, M. (2015). Popculture tourism. A research manifesto Tourism Research Frontiers: Beyond the Boundaries of Knowledge. *Tourism Social Science Series, 20*, 14.
- Hede, A. M., & O'Mahony, G. B. (2004). The media and the development of the tourism industry during the 20th and 21st centuries: an analysis of four noteworthy cases. In *Paper presented at the ITAM Conference Proceedings, Tourism Research Unit*. Australia: Monash University.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Synderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hoppen, A., Brown, L., & Fyall, A. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations? *Journal of Destination Marketing and Management, 3* (1), 37-47.
- Horrigan, D. (2009). Branded content: A new model for driving tourism via film and branding strategies. *Tourismos: An international multidisciplinary journal of tourism, 4*(3), 15.
- Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006a). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of travel research, 44*(4), 10. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006b). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing, 12*(3), 14.
- Hudson, S., Wang, Y., & Gil, S. M. (2011). The influence of a film on destination image and the desire to travel: A cross-cultural comparison. *International Journal of Tourism Research, 13*(2), 177 – 190.

- Iwashita, C. (2003). Media construction of Britain as a destination for Japanese tourists: Social constructionism and tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 331-340.
- Jae Ko, Y., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Journal of Service Theory and Practice*, 21(3), 304-322
- Jiang, L., & Xu, H. (2006). The growth of literary places in ancient town tourism destinations: Based on the theories of Bourdieu, Danto and Dickie. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(3), 213-228.
- Jin, N., Lee, S., & Lee, H. (2015). The effect of experience quality on perceived value, satisfaction, image and behavioral intention of water park Patrons: New versus repeat visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82-95.
- Joliveau, T. (2009). Connecting real and imaginary places through geospatial technologies: Examples from set-jetting and art-oriented tourism. *The Cartographic Journal*, 46(1), 10.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 36-45.
- Juškylyte, D. (2016). Film induced tourism: destination image formation and development. *Regional Formation and Development Studies*, 19(2), 54-67.
- Kao, Y.-F., Huang, L.-S., & Wu, C.-H. (2008). Effects of theatrical elements on experiential quality and loyalty intentions for theme parks. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 163-174
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
- Kim, H. J. (2008). Hotel service providers' emotional labor: The antecedents and effects on burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 11. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.019>
- Kim, H. S. (2005). Consumer profiles of apparel product involvement and values. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 9(2). doi: <https://doi.org/10.1108/13612020510599358>

- Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research, 57*(7), 856-870.
- Kim, S. (2012). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management, 33*(2), 387-396.
- Kim, S., & Kim, S. (2018). Segmentation of potential film tourists by film nostalgia and preferred film tourism program. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 35*(3), 1-21
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly, 14*(2), 84-97.
- Kumar, R. (2005). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. NSW: Pearson Longman.
- Lam, T., & Hsu, C. H. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management, 7*(4), 589-599.
- Li, S., Tian, W., Lundberg, C., & Gkritzali, A. (2021). Two tales of one city: Fantasy proneness, authenticity, and loyalty of on-screen tourism destinations. *Journal of Travel Research, 60*(8), 1802-1820.
- Lian Chan, J. K., & Baum, T. (2007). Ecotourists' perception of ecotourism experience in lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism, 15*(5), 574-590.
- Lincoln, Y. S., & Guba, G. E. (2000). The only generalization is there is no generalization. In R. Gomm, Hammersley, M., & Foster, P. (Eds.). *Case study method*. London: SAGE.
- Liu, X., & Pratt, S. (2019). The Downton abbey effect in flim-induced tourism: An empirical examination of tv drama-induced tourism motivation at heritage attractions. *Tourism Analysis, 24*, 18.
- LugLoc. (2019). *Pop-culture tourism: A basic guide LUGLOC*. N.P.: n.p.
- Macionis, N. (2004). Understanding the film-induced tourist. In *Paper presented at the International Tourism and Media Conference Proceedings*. Melbourne: Monash University.

- Macionis, N. (2007). *Film-induced tourism: The role of film as a contributor to the motivation to travel to a destination*. (Doctor of Philosophy), Griffith University, Australia.
- Macionis, N., & O'Connor, N. I. (2011). How can the film-induced tourism phenomenon be sustainably managed? - Conclusion. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 87-90.
- Mansfield, C. (2015). *Researching literary tourism: Shadows*. N.P.: n.p.
- Mansson, M. (2010). *Negotiating authenticity at Rosslyn Chapel -Chapter 12: Channel View Publications*. N.P.: n.p.
- Månsson, M. (2011). Mediatized tourism. *Annals of tourism research*, 38(4), 1634-1652.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Oxford, England: Harper.
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of consumer research*, 16(3), 310-321.
- NK, D. (1989). Undereducated uncompetitive USA. *The research act* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Otto, J. E., & Ritchie, J. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 10. doi: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9)
- Oviedo-García, M., Castellanos-Verdugo, M., Trujillo-García, M., & Mallya, T. (2016). Film-induced tourist motivations: The case of Seville (Spain). *Current Issues in Tourism*, 19(7), 713-733.
- Papathanassis, A. (2011). *The long tail of tourism: Holiday niches and their impact on mainstream tourism*. Wiesbaden: Gabler.
- Radomskaya, V. (2020). Popular Culture Tourism: trend or transition? In P. Pearce & A. N. Correia (Eds.), *Tourism's new markets: Drivers, details and directions* (pp. 141-153). Australia: Goodfellow Publishers.
- Riley, R., Baker, D., & van Doren, C. S. (1998). Movie-induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.
- Riley, R., & Van Doren, C. S. (1992). Movies as Tourism Promotion: A Pull Factor in a Push Location. *Tourism Management*, 13(3), 267-274.
- Robinson, M., & Andersen, H. C. (2002). *Literature and tourism: Essays in the reading and writing of tourism* (H.-C. E. M. A. Robinson Ed.). London: Thomson.

- Robinson, M., & Andersen, H. C. (2004). *Literature and Tourism: Essays in the reading and writing of tourism*. Andover: Cengage Learning EMEA.
- Roesch, S. (2009). *The experiences of film location tourists*. Toronto: Channel View Publications.
- Ruiz, D. F. (2015). Film tourism and local economic development. The Festival of cinema of Huelva. *Cuadernos de Turismo*, 36, 461-463.
- Salminen, A. (2003). *Document analysis methods* (I. M. A. D. (Ed.) Ed. 2nd ed. Vol. 2). New York: CRC Press.
- Scottish Tourist Board (1997). *Northern Ireland Tourist Board, Scottish Tourist Board, Wales Tourist Board*. UK: The UK Tourist Statistics.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Tourism destination networks and knowledge transfer Network Analysis and Tourism: From Theory to Practice* (pp. 40-57). Bristol, Blue Ridge Summit:: Channel View Publications.
- Sproule, W. (2006). *Content analysis*. In *Social research methods: An Australian perspective* (pp. 113-133). South Melbourne: Oxford University Press.
- Stylidis, D., & Cherifi, B. (2018). Characteristics of destination image: visitors and non-visitors' images of London. *Tourism Review*, 73(1), 55-67.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 20.
- Suni, J., & Komppula, R. (2012). SF-Filmvillage as a Movie Tourism Destination—A Case Study of Movie Tourist Push Motivations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 460-471.
- Tetley, S., & Bramwell, B. (2002). Tourists and the cultural construction of Haworth's literary landscape: Continuum. In M. R. a. H. C. Andersen (Ed.), *Literature and tourism: Reading and writing tourism texts*, (pp. 16). N.P.: n.p.
- TNS Research International. (2012). Optimal Economics: Tourism Marketing Return on Investment: The Impact of Displacement Final Report: October 2012. *Report Prepared for Department for Culture, Media and Sport*. TNS Research International.

- Tomala, K., & Faber, F. (2011). *Film tourism* (A. P. (Ed.). Switzerland: Springer Science & Business Media.
- Tooke, N., & Baker, M. (1996). Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations. *Tourism Management*, 17(2), 87-94.
- Wang, Y., Li. Huang, J. Li, & Yang., Y. (2019). The Mechanism of Tourism Slogans on Travel Intention Based on Unique Selling Proposition (USP) Theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 415-427.
- Watson, N. J. (2006). *The Literary Tourist*. UK: Palgrave Macmillan.
- Yang, F. (2011). *Movies' impact on place images and visitation interest: A product placement perspective*. (Doctoral Dissertation). Michigan: Michigan State University.
- Young, L. (2015). Literature, museums, and national identity; or, why are there so many writers' house museums in Britain? *Museum History Journal*, 8(2), 229-246.
- Zimmermann, S. (2003). Reisen in den Film “–Filmtourismus in Nordafrika. *Tourismus–Lösung oder Fluch*, 9.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนครพนม

ธิม แร้งบันดาลใจจากวรรณกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากมุมมองของ
ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ (สัมภาษณ์เชิงลึก)

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ธิม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
การเป็นแบบอย่างที่ดี (Idealized Influence: II)		
บุคคลที่มีชื่อเสียง	<ul style="list-style-type: none"> - นำท่านสุนทรภู่ซึ่งเป็นกวีเอกโลก เป็นจุดขายสถานที่ - เป็นแบบอย่างที่ดีด้านการประพันธ์แก่ผู้ที่สนใจ - สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องของการนึกถึงวีรชน ความสามัคคี และการไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งต่าง ๆ - เป็นตัวอย่างที่ดีเรื่องสามัคคีให้กับคนในยุคปัจจุบัน 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นบุคคลที่ได้รับความสำคัญและยกย่องให้เป็นครูภาษาไทยในด้านต่าง ๆ - เป็นบุคคลที่ทรงคุณค่าด้านกวีเอก และเป็นสามัญชนคนแรกของไทยที่ได้รับรางวัลนี้ - ละครเรื่องบางระจัน เป็นการแสดงความระลึกถึงประวัติศาสตร์ของชาวบ้านบางระจัน - ละครทำให้คนอยากมาเห็นสถานที่จริง
สถานการณ์/เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดสร้างสถานที่ที่เป็นไปตามประวัติที่ท่านสุนทรภู่แต่งไว้ในนิราศเมืองแกลง - การจัดสร้างสถานที่เพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกอรรคในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน - สถานที่มีอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์เป็นทุนทางวัฒนธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - มี ‘อนุสาวรีย์สุนทรภู่’ เป็นจุดเด่นของสถานที่ โดยใช้เรื่องราวของพระอภัยมณีเป็นตัวดึงดูดด้วยมีเหตุการณ์เกิดขึ้นที่นี่ตามจินตนาการของท่าน - มีการแสดงตามประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวชม
ตัวละครเด่นที่อยู่ในนวนิยาย/ละคร	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องเลือกตัวละครดี ๆ นำมาชูโรง - เปลี่ยนชื่อตรอก/ซอยตามตัวละครในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ - ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น - ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี 	<ul style="list-style-type: none"> - ความดังของละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร - นักท่องเที่ยวมาตามรอยละครเพื่อดูบ้าน วิถีชีวิตของแม่ย้อย/เรณู ที่ต้นซิ่นขอบ

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ธิม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	ฟื้นฟูให้เป็นตลาดจริง	
การจำลองสถานที่จากละคร	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างสถานที่จำลองที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้มาตามรอยละครจริง เป็นการตอบโจทย์การท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค - ตอบโจทย์การท่องเที่ยวในระดับประเทศ ตามโครงการที่ ททท.ส่งเสริมสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม หรือ สอบถามสถานที่ที่เกี่ยวข้องให้มาเที่ยวที่ชุมแสง ตามหาบ้านแม่ย้อย - ขยายจุดเด่น คือ ตลาดชุมแสง ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของตึกรามบ้านช่อง ที่ยังคงความเก่าแก่โบราณให้เห็นกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น - มีจุดถ่ายรูปให้นักท่องเที่ยว เช่น บ้านอัครรุ่งเรืองพานิช ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง เป็นต้น - ตกแต่งร้านให้มีความกลมกลืนกับสถานที่ตลาด 100 ปี - เป็นการกระตุ้นให้คนในชุมแสงมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Intellectual Stimulation: IS)		
เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์	<ul style="list-style-type: none"> - การเรียนรู้เรื่องราวของปูชนียบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลก - การจัดสร้างสถานที่เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีด้านการประพันธ์ - ได้เรียนรู้มุมมองต่าง ๆ ของบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในหลากหลายสมัยที่สะท้อนมุมมองในแต่ละช่วงชีวิต 	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวจะได้รู้ประวัติของสุนทรภู่มากขึ้น - นักท่องเที่ยวจะได้รู้จักตัวละครในวรรณกรรมเรื่องพระอภัยมณีชัดเจน
- เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่าง ๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - ได้เรียนรู้ความสวยงามของภาษาไทย - ผู้อ่าน/ผู้ชมอยากเข้าไปสัมผัสกับบุคคล วิถีชีวิต สังคม ประเพณี และวัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้ความสวยงามของภาษาไทย - ได้ถ่ายรูป ได้กลิ่นอายของความเก่าบนเรือนั้น
เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบประเพณีต่างๆ ... ผ่านการจำลองสถานที่และความเดิมแท้ของชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพที่เป็นเอกลักษณ์ของคนที่นี่ - ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การค้าขายสะท้อนให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความอดทน ซื่อสัตย์ กตัญญู ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของคนจีนสมัยเก่า

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ธีม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้	- ได้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมแบบคนสมัยก่อนที่เขาสร้างมา
เรียนรู้ วัฒนธรรม วิถีชีวิตผ่านสถานที่และการแสดงในสถานที่	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เหตุการณ์ในอดีตมานำเสนอ มีการเคาะไม้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อให้ร้านค้าเตรียมตัว และเพื่อเป็นการขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน - ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างจังหวัด เช่น เอกลักษณ์ ในการหาบน้ำแก้วน 	<ul style="list-style-type: none"> - ชมพ่อกำแม่ค้าแสดงการทำอาหารแบบเนื้อปรุงสุก สดใหม่ - ได้ชมการแสดงที่สะท้อนความรักความสามัคคีของชาวบ้าน ในการปกป้องบ้านเมือง
การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation: IM)		
มุมมองด้านการงาน/อาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นนักประพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ - แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นศิลปินให้กับนักท่องเที่ยวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่าของกวีเอก - สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องความศรัทธา ความนับถือในตัวท่าน
มุมมองด้านการศึกษา/ค้นคว้า	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์ด้านพักผ่อนและศึกษาประวัติสุนทรภู่เมื่อมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์ด้านแรงบันดาลใจในการศึกษาวรรณกรรม กวี เมื่อมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแรงบันดาลใจเพื่อค้นคว้าศึกษาชีวประวัติและผลงานของสุนทรภู่ - ใช้ความพยายามของท่านมาเป็นแบบอย่างในการทำงาน - สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่ากวีเอก - สุนทรภู่ คือหนึ่งในกวีเอกของโลกที่ยูเนสโก ยกย่อง ทำให้ผู้คนอยากมาศึกษาบทกลอน บทกวีของท่าน
ความเชื่อ ความศรัทธาต่อตัวบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้คนมีความศรัทธาในความตั้งใจความพยายามต่อสู้ ไม่ย่อท้อแม้ชีวิตจะพบกับความทุกข์ของท่านจึงเกิดเป็นความเคารพที่ทำให้ตามมากกราบไหว้ท่าน 	<ul style="list-style-type: none"> - สุนทรภู่เลื่องชื่อในเรื่องของความศักดิ์สิทธิ์ด้านหน้าที่การงานการโยกย้ายตำแหน่งของเจ้าหน้าที่พนักงานรัฐ การสอบเข้าศึกษาต่อของนักเรียน

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (เริ่ม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
		<p>นักศึกษา ทำให้ผู้คนตามมากกราบไหว้ท่าน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นแรงบันดาลใจให้ใครหลาย ๆ คนเรื่องความสำเร็จในชีวิตที่คนคนหนึ่งแต่งวรรณคดีจนได้เป็นกวีเอกของโลก
การเห็นคุณค่าของวรรณกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างสถานที่นี้ขึ้นมาก็อยากให้คนรุ่นใหม่เห็นถึงความสวยงามของภาษาไทย โดยเฉพาะเรามีปูชนียบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นต้นแบบ - ท่านเป็นคนหลายสมัย ทำให้ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วงชีวิต - ละครที่สร้างจากวรรณกรรมที่ติดตลาด คนดูเยอะ จะส่งผลให้กระแสการท่องเที่ยวมีเยอะ <p>เมื่อดูแล้วก็อยากมาเห็นสถานที่จริง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปปั้นของสุนทรภู่ซึ่งได้รับความสำคัญและยกย่องให้เป็นครูภาษาไทยในด้านต่าง ๆ เช่น กลอนเสภา ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว - สถานที่มีประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน มีการเล่าเรื่องผ่านวรรณกรรม นำการแสดงมาถ่ายทอดในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อปลูกฝังให้ผู้ชมมีความรักชาติบ้านเมือง
เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของถิ่นวิรัชคนกล้า ที่จะสร้างความรู้ความตระหนักรู้ของเด็กและเยาวชนเรื่องการตระหนักเห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์และความพอเพียงตามวิถีชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจในเรื่องของแง่มุมทางประวัติศาสตร์เรื่องความสามัคคี การปกป้องเมืองให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะชาวบ้านบางระจัน เป็นที่รู้จักเป็นประวัติศาสตร์ของที่นี่ จึงควรค่าแก่การนำมาจัดสถานที่ให้กลับไปเหมือนหมู่บ้านบางระจัน
ส่งเสริมให้มีความสามัคคีในสังคม	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแรงบันดาลใจเรื่องความสามัคคี - นักท่องเที่ยวจะได้เห็นความเสียสละ และสามัคคีของชาวบ้านบางระจัน - สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - สะท้อนความรักความสามัคคีของชาวบ้านในการปกป้องเมือง - มีการแสดงตามประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวชม - สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้านในพื้นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็น

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ธีม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	ในเรื่องของการนึกถึงวีรชน ความสามัคคี และการไม่ยอมแพ้ ต่อสิ่งต่าง ๆ	จริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ค้าขายเอง - เป็นตัวอย่างที่ดีเรื่องสามัคคีให้กับ คนในยุคปัจจุบัน
รักษาวิถีชุมชน การเป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน	- นักท่องเที่ยวหลายคนอยากรักษา ชุมชนตัวเองให้เหมือนกับชุมแสง เมื่อได้มาเห็นสถานที่ - ส่งเสริมประชาสัมพันธ์พื้นที่ สถานที่ ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพที่เป็น เอกลักษณ์ - นักท่องเที่ยวอยากกลับไปเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงสถานที่ที่เป็นที่น่า อนุรักษ์	- นักท่องเที่ยวมาตามรอยละคร ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบใน ละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคน ในสมัยนั้น - นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึง ความเก่าแก่ของพื้นที่ การตอบรับของคนชุมแสง
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC)		
การได้ทราบถึงประวัติของบุคคล/ สถานที่จริง	- นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนได้มา เห็นสถานที่จริง - กระแสการท่องเที่ยวมีเยอะ เมื่อดูแล้วก็อยากมาเห็นสถานที่ จริง	- สร้างเอกลักษณ์และความแปลก ใหม่ในเรื่องการแต่งกายและ ภาษาพูดที่ทำให้รู้สึกเหมือน ย้อนกลับไปในอดีต
ได้มาเห็นสถานที่ที่ปรากฏอยู่ใน วรรณกรรม/ภาพยนตร์	- เห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่ามัน เป็นอย่างไรบรรยายไว้ไหม - ละครช่วยทำให้คนได้เห็นภาพ การแสดง และอยากมาสถานที่ ที่เป็นแหล่งกำเนิดของเรื่อง - การได้ดูหนัง อ่านวรรณคดี ทำให้เห็นภาพที่ถ่ายทอดผ่าน วรรณกรรมได้ชัดเจนมากขึ้น	- จุดเด่นของที่นี่คือ ‘อนุสาวรีย์ สุนทรภู่’ ซึ่งมีเรื่องราวของ พระอภัยมณีเป็นตัวดึงดูด ด้วยมีเหตุการณ์เกิดขึ้นที่นี่ ตามจินตนาการของท่าน - ละครเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่าน วรรณกรรม ทำให้คนสนใจ อยากอ่าน และอยากมาเห็น รูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี
ตอบสนองต่อจินตนาการของ นักท่องเที่ยวในด้าน - ชีวิตของตัวละครที่ชื่นชอบ - สถานที่ที่จำลองจากละคร	- ต้องเลือกตัวละครดี ๆ นำมาชูโรง - ใช้กระแสละครที่คนชื่นชอบตัว ละครในการพลิกฟื้นสถานที่ให้เป็น แหล่งท่องเที่ยว	- ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร - ดัดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี ฟื้นฟูให้เป็นตลาดจริง

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ชื่อ)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
		- นักท่องเที่ยวได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็น ความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น



ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก: แร้งบัณฑิตใจจากวรรณกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
จากมุมมองของผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ

แร้งบัณฑิตใจจากวรรณกรรม (ฉิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>การเป็นแบบอย่างที่ดี (Idealized Influence: II)</p> <p>บุคคลที่มีชื่อเสียง</p>	<p>“ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จักนั้น ใช้ท่านสุนทรภู่เป็นจุดขายของสถานที่นี้ เพราะท่านสุนทรภู่เป็นกวีเอกโลก” (Gov01)</p> <p>“รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจบทกวี ได้เห็นผลงานในห้องนิทรรศการ และท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง ใครอยากเป็นนักประวัติศาสตร์ก็จะศึกษางานของท่าน” (Gov01)</p> <p>“นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย สามารถซึมซับความภาคภูมิใจของท่านสุนทรภู่-กวีเอกของโลก ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทย ในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งในเดียวในโลก” (Gov04)</p>
<p>สถานการณ์/เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่</p>	<p>“ชุมชนดำเนินการตามประวัติของท่านสุนทรภู่ที่แต่งไว้ในนิราศเมืองแกลง” (Gov03)</p> <p>“สถานที่ในเขตพื้นที่ดูแลไม่ได้สร้างจากจินตนาการในเรื่องราว แต่สร้างเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอออรรคในเรื่องกथाพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน ซึ่งเป็นการบอกว่าไม่ว่าจะชาติใด ภาษาไหน โดยเฉพาะชาติไทย กथाพย์ กลอน โคลง กวี ดนตรี เป็นสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเชิงสากล ดังคำกล่าวที่ว่า ‘ชนใดไม่มีดนตรีกล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก’” (Gov04)</p> <p>“จุดเด่นของพื้นที่คือ ‘อนุสาวรีย์สุนทรภู่’ ซึ่งมีเรื่องราวของพระอภัยมณีเป็นตัวดึงดูด ด้วยมีเหตุการณ์เกิดขึ้นที่นั่นตามจินตนาการของผู้แต่ง” (LR02)</p> <p>“สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่าของกวีเอก และเป็นสามัญชนคนแรกของไทยที่ได้รับรางวัลนี้ มาดูภาพตัว</p>

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (จีมี)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
ตัวละครเด่นที่อยู่ในนวนิยาย /ละคร	<p>ละครที่ถูกปรับแต่งผ่านวรรณกรรมเรื่องตั้ง ‘พระอภัยมณี” (LR03)</p> <p>“ดรอกาเรณู บ้านอัครรุ่งเรืองพาดิษย์ ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ขุมแสง” (Gov07)</p> <p>“เราเลือกชุดละครอย่าง เรณู หรือแม่ย่อย นั่น นอกจากจะพอใจแล้ว แต่เราก็จะเลือกตัวละครที่ดี อย่างเรณูถึงแม้จะเคยเป็นผู้หญิงหากิน แต่ก็กลับตัวและก็เป็นคนขยัน ตั้งใจทำงาน ส่วนแม่ย่อยนั้น ก็เป็นคนรักลูกมาก ทำทุกอย่างเพื่อลูก เราก็ต้องเลือกตัวละครดี ๆ มา ตัวไหนไม่ได้ตอให้ดังมากเราก็ไม่ยกานนำมาซูโรง” (Gov08)</p> <p>“ดรอกาเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร” (LR013)</p> <p>“ประทับใจฉากที่เรณูร้องไห้ เห็นแสงอาทิตย์ส่องขึ้นเพื่อสะท้อนว่าชีวิตไม่สิ้น ย่อมมีทางออกเสมอ” (LR013)</p> <p>“ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี พันพูให้เป็นตลาดจริง” (LR014)</p>
การจำลองสถานที่จากละคร	<p>“ระดับภูมิภาค – สร้างสถานที่จำลองที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มาตามรอยละครจริง ระดับประเทศ – ททท.ส่งเสริมสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการของ ททท. หรือลอบถามสถานที่เที่ยวใหม่มาเที่ยวที่ ชุมแสง ตามทาบ้านแม่ย่อย” (Gov06)</p> <p>“นักท่องเที่ยวชอบมาก ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR011)</p> <p>“นักท่องเที่ยวมาลอบถามสถานที่ถ่ายรูป บ้านตามที่มีในละคร อบต.ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้ นักท่องเที่ยวเห็นของจริง” (LR012)</p> <p>“ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร” (LR014)</p>

แรงบันดาลใจจากรรณกรรม (จิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ (Intellectual Stimulation: IS)</p> <p>เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์</p> <p>เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชนบประเพณี</p> <p>ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรม</p>	<p>“คนที่มีมาจะรู้จักตัวละครในวรรณกรรมเรื่องพระอภัยมณีของสุนทรภู่ชัดเจนขึ้น และได้รู้ประวัติของท่านมากขึ้น” (Gov03)</p> <p>“วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว คือทุกครั้งที่ได้อ่านนิยายหรือวรรณกรรมเรื่องใด มักอยากเข้าไปสัมผัสพบกับบุคคล สถานที่ กับวิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ” (Gov04)</p> <p>“สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่าของวิถี และเป็นสามัญชนคนแรกของไทยที่ใคร่ปรารถนา มาดูภาพตัวละครที่ถูกปั้นแต่งผ่านวรรณกรรมเรื่องดัง ‘พระอภัยมณี’” (LR04)</p>
	<p>“ทำให้สร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูปแบบใจให้มาเที่ยว” (LR02)</p> <p>“ได้เห็นเรื่องราวตามบทกลอนและนิราศ 9 เรื่อง จากนิทรรศการที่เปิดให้ศึกษา” (LR03)</p> <p>“...เพราะเป็นเรื่องที่ทำงานประพันธ์ พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งที่มีจะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี... ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน” (LR04)</p>
<p>เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชนบประเพณี</p> <p>ต่าง ๆ ผ่านการจำลองสถานที่ให้เหมือนกับสถานการณ์ในอดีต</p>	<p>“ประทับใจที่กองละครได้ตัดสินใจเลือกมาถ่ายทำในพื้นที่ อำเภอชุมแสง เพราะเป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์พื้นที่ สถานที่ ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวชุมแสง” (Gov05)</p> <p>“ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่้อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร... ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้” (Gov06)</p>

แรงบันดาลใจจากรรณกรรม (จิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่ และการแสดงที่จัดขึ้นในสถานที่	<p>“วัฒนธรรมที่ยังคงเอกลักษณ์ความเป็นเมืองชุมแสงที่ประชาชนส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีอยู่ยังคงบอกให้เห็นถึงความรุ่งเรือง อุดมสมบูรณ์ เป็นเมืองอยู่ข้างน้ำในอดีต เช่น ดูได้จากพื้นที่เล็ก ๆ ในตัวตลาด แต่ทุกถนนในตลาดจะมีร้านขายของในอดีต และปัจจุบันยังคงมีเหลืออยู่ถนนละ 3-4 ร้าน โรงสีในอดีตมีถึง 7-8 โรง แต่ปัจจุบันปิดตัวลงไปเนื่องจากความเจริญด้านถนนหนทางมีความสะดวกในการเดินทางเข้าตัวจังหวัด” (Gov08)</p> <p>“ได้ความประทับใจ ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR016)</p> <p>“สร้างแรงบันดาลใจในด้านการใช้ชีวิตให้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมแบบของคนสมัยก่อนที่เขาสร้างมา” (LR017)</p> <p>“ได้เห็นบ้านไม้เก่า ตลาดโจรห้วย ความเป็นอยู่ของคนชุมแสง ดอนรับแขก อยู่แบบพี่น้อง” (LR019)</p>
เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านสถานที่ และการแสดงที่จัดขึ้นในสถานที่	<p>“เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีตลาดย้อนยุคบ้านระจันที่เป็นตลาดชุมชน ชายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ” (Gov09)</p> <p>“ก็หวังว่าคนที่ดูจะนึกถึงวีรชน พระอาจารย์ธรรมโชติ ความสามัคคี และได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างจังหวัด เช่น เอกลักษณ์ในการทาบน้ำแกบ” (Gov011)</p> <p>“สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน ที่นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง” (LR021)</p> <p>“...เน้นเล่นที่เป็นเอกลักษณ์ของที่นี่ คือ...วิธีการพูดจาของพ่อค้าแม่ขายที่เข้ากับรูปแบบโบราณ” (LR024)</p>
การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation: IM)	
มุมมองด้านการงาน/อาชีพ	“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นนักประพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะคนที่มา

แรงบันดาลใจจากรรณกรรม (จีม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
มุมมองด้านการศึกษาค้นคว้า	<p>ดูจะเห็นถึงความพยายามของสุนทรภู่ที่ไม่ทอดทิ้ง มีช่วงที่ตกอับ มีช่วงรุ่งเรือง แต่ถ้าเราเป็นคนจริงแล้วมันก็ต้องมีวันที่เป็นของเรา” (Gov01)</p> <p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจเรื่องอยากเป็นศิลปินให้กับนักท่องเที่ยวได้” (Gov03)</p> <p>“นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์ด้านที่พักผ่อนและศึกษาประวัติศาสตร์สุนทรภู่เมื่อมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว” (Gov03)</p> <p>“นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์ด้านแรงบันดาลใจในการศึกษา กวี วรรณกรรม เมื่อมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว” (Gov04)</p> <p>“เป็นแรงบันดาลใจเพื่อค้นคว้าศึกษาชีวิตประวัติและผลงานของงานสุนทรภู่ ก็จะเห็นความพยายามของท่านเราก็คงสามารถเอามาเป็นแบบอย่างในการทำงานของเราได้” (LR01)</p>
ความเชื่อ ความศรัทธา ต่อตัวบุคคล	<p>“จริงๆ แล้วที่นั่นก็มีคนมาบนมาอะไรกันเยอะ แต่เราไม่ได้ตั้งใจว่าจะทำสถานที่ให้เป็นศักดิ์สิทธิ์อะไรนะ แต่โดยนิสัยคนไทยโดยส่วนใหญ่เมื่อศรัทธาเมื่อเชื่อแล้วก็มากราบไหว้ขอพรกัน ส่วนตัวมองว่าศรัทธาในความตั้งใจ ความพยายามต่อสู้ ไม่ย่อท้อแม้ชีวิตจะพบกับความทุกข์ของทำงาน มันเลยเกิดเป็นความเคารพ ตามมา ก็เลยมาไหว้กัน” (Gov02)</p> <p>“เสียงชื่อในเรื่องของความศรัทธิต้นานหน้าที่การงาน การโยกย้ายตำแหน่งของเจ้าหน้าที่พนักงานรัฐ การสอบเข้าศึกษาต่อของนักเรียน นักศึกษา” (LR01)</p> <p>“แรงบันดาลใจ ก็มาขอเรียน เรียนต่อเข้ามหาวิทยาลัย...ให้สอบติด ก็อาจเป็นเพราะว่าจากชีวิตประวัติของท่านที่ทราบคือมีช่วงที่ไม่เป็นที่ยอมรับาน แต่ท่านก็ยังจงรักภักดี จนสุดท้ายก็ได้กลับเข้ารับราชการอีก คิดว่าสิ่งนี้เลยทำให้คนมีความเชื่อความศรัทธาในตัวท่านจนมาบนกัน” (LR04)</p>

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (จีมี)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
การเห็นคุณค่าของวรรณกรรม	<p>“นักท่องเที่ยวยุคทุกยุค ทุกวัย สามารถซึมซับความภาคภูมิใจในท่านสุนทรภู่-กวีเอกของไทย ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทย ในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งในเดียวในไทย” (Gov04)</p> <p>“ได้เห็นเรื่องราวตามบทกลอนและนิราศ 9 เรื่อง จากนิทรรศการที่เปิดให้ศึกษา” (LR02)</p> <p>“สร้างแรงบันดาลใจในเรื่องคุณค่าของกวีเอก และเป็นสามัญชนคนแรกของไทยที่ได้รับรางวัลนี้ มาดูภาพตัวละครที่ถูกปั้นแต่งผ่านวรรณกรรมเรื่องดัง “พระอภัยมณี” (LR04)</p>
เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง	<p>“เป็นความภาคภูมิใจของชาวลิงหุบรี ที่จังหวัดเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของถิ่นวีรชนคนกล้า ประทับใจที่ละครอิงประวัติศาสตร์จะสร้างความรู้ ความตระหนักรู้ของเด็กและเยาวชนที่จะหวงแหนและรักแผ่นดินเกิดเหมือนบรรพบุรุษ และช่วยกันดูแลรักษาแหล่งประวัติศาสตร์ต่อไป” (Gov09)</p> <p>“ประวัติศาสตร์เป็นจุดขาย ความภาคภูมิใจในพื้นที่ต้องแลกมาด้วยเลือดเนื้อ โดยมีนักศึกษาคมนในพื้นที่เข้ามาช่วยกันพัฒนา” (LR024)</p> <p>“เพราะชาวบ้านบางระจัน เป็นที่รู้จัก เป็นประวัติศาสตร์ของที่นี่ จึงควรมาค่าแก่นนำมาจัดสถานที่ให้กลับไปเหมือนหมู่บ้านบางระจัน” (LR030)</p>
ส่งเสริมให้มีความสามัคคีในสังคม	<p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจ เรื่องความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ส่งเสริมความสามัคคี และการตระหนักรู้เห็นความสำคัญ ความพอเพียงตามวิถีชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวได้” (Gov09)</p> <p>“ใครมาเที่ยวที่นี่ก็จะนึกถึงความสามัคคีของชาวบางระจัน เรียกได้ว่าเป็นอย่างที่ติดกับคนปัจจุบันด้วย” (Gov010)</p> <p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจในเรื่องราวของแม่หม่มทางประวัติศาสตร์เรื่องความสามัคคี การปกป้องเมืองให้กับนักท่องเที่ยวได้” (LR025)</p>

แรงบันดาลใจจากรณกรรม (ฉิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>รศ.ภาวิณี ชุมชน การเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน</p>	<p>“ละคร/ภาพยนตร์ทำให้คนรู้จัก พื้นถิ่น วิถีชีวิตของชาวชุมแสง จุดเด่น คือ ตลาดชุมแสง ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของดีกรามบ้านช่องที่ยังคงความเก่าแก่โบราณ นักท่องเที่ยวหลายคนก็พูดเหมือนกันว่าอยากรักษารัฐธรรมนูญให้เหมือนกับชุมแสง เราก็คือใจ” (Gov05)</p> <p>“ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่้อย/ตลาดเก่าวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร” (Gov06)</p> <p>“ประทับใจ ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR011)</p> <p>“การฉายให้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความ วิถีวัฒนธรรมของคนในสมัยก่อน” (LR013)</p> <p>“ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเชื่อที่เกิดขึ้นในละคร” (LR014)</p> <p>“แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตแบบคนรุ่นเก่า ทั้งการอยู่แบบบ้าน ๆ ไม่ต้องอยู่ในเมืองที่วุ่นวาย” (LR016)</p> <p>“สร้างแรงบันดาลใจในด้านการใช้ชีวิต ให้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมแบบของคนสมัยก่อนที่เขาสร้างมา” (LR017)</p> <p>“แรงบันดาลใจในการทำบ้าน ที่อยู่ให้มีการตกแต่งคล้ายสถานที่ท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวบางคนก็ชอบบ้านแม่แบบนี้” (LR018)</p>
<p>การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC)</p> <p>การได้ทราบถึงประวัติของบุคคล/สถานที่จริง</p>	<p>“รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจบทวี ได้เห็นผลงานในท้องนิทรรศการ และท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง ใครอยากเป็นนักประพันธ์ก็จะศึกษางานของท่าน” (Gov01)</p> <p>“สุนทรภู่คือหนึ่งในกวีเอกของโลก ที่ยูเนสโก ยกย่อง ทำให้ผู้คนอยากมาศึกษาบทกลอน บทกวี ของท่านที่นอกเหนือจาก ‘พระอภัยมณี’ ซึ่งเป็นผลงานสร้างชื่อและทำให้ท่านได้รับการยกย่องให้เป็นกวีเอกของโลก”</p>

แรงบันดาลใจจากวรรณกรรม (ฉิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>ได้มาเห็นสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม/ ภาพยนตร์</p>	<p>(LR05)</p> <p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับท่องเที่ยวในเรื่องของการมาถึงวีรชน พระอาจารย์ธรรมโชติ และความสามัคคี การไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งต่าง ๆ คนมาดูก็ได้กำลังใจกลับไป” (Gov011)</p> <p>“เท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยว หลายคนก็มาเพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่ามันเป็นอย่างไรบ้างบรรยายไว้ไหม บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนั้นอะไร ๆ มันก็เปลี่ยนไป บางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจที่ได้มาเห็นมังงะมังงะ นางเงือก” (Gov02)</p> <p>“พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งนี่จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี ประสบการณ์ ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน” (LR04)</p>
<p>ตอบสนองต่อจินตนาการของนักท่องเที่ยวในด้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชีวิตของตัวละครที่ชื่นชอบ - สถานที่ที่จำลองจากละคร 	<p>“ตรอกเรณู บ้านอัครรุ่งเรืองพาณิชย์ ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง” (Gov07)</p> <p>“เราเลือกดูตัวละครอย่าง เรณู หรือแม่ย้อย นั้น นอกจากจะเป็นตัวเด่นที่คนจำได้แล้ว แต่เราก็จะเลือกตัวละครที่ดี ously เรณูถึงแม่จะเคยเป็นผู้หญิงทากิน แต่ก็กลับตัวและก็เป็นคนขยัน ตั้งใจทำงาน ส่วนแม่ย้อยนั้นก็เป็นคนรักลูกมาก ทำทุกอย่างเพื่อลูก เราก็ต้องเลือกตัวละครดี ๆ มา ตัวไหนไม่ติดอให้ดังมากเราก็น้อยากนำมาทำ” (Gov08)</p> <p>“ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร” (LR013)</p> <p>“ประทับใจฉากที่เรณูร้องไห้ เห็นแสงอาทิตย์ที่ส่องขึ้นเพื่อสะท้อนว่าชีวิตไม่สิ้น ย่อมมีทางออกเสมอ” (LR013)</p> <p>“ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี ฟันฟูให้เป็นที่ลึกลับจริง” (LR014)</p>

การวิเคราะห์คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

คุณค่าเชิงประสบการณ์ จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์ (ธีม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
<p>ด้านสุนทรียรส (Hedonics)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจดจำ/ระลึกถึง - ความสนุกสนาน/เพลิดเพลิน - ความตื่นเต้น 	<ul style="list-style-type: none"> - รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจบทกวี ได้เห็นผลงานในท้องนิทรรศการ - ท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง - เปลี่ยนชื่อตรอก/ซอยตามตัวละครในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ - ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น - ใช้กระแสละครที่คนชื่นชอบตัวละคร ในการพลิกฟื้นสถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว - เนื่องจากสถานที่นี้มีเรื่องราวมีประวัติศาสตร์ซึ่งไม่เหมือนใคร มีอัตลักษณ์ที่สถานที่อื่น ๆ ทำไม่ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ท่านได้รับการยกย่อง เป็นคนมีชื่อเสียงระดับโลก ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตัวท่านเมื่อได้มาเยือน - พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรม ทำให้คนสนใจอยากอ่าน อยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณีที่เกิดจากจินตนาการท่าน - ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร - ติดป้ายตรอกเรณู ตลาดร้อยปี พื้นที่ให้เป็นตลาดจริง - มีเอกลักษณ์ในเรื่องการแต่งกายและภาษาพูดที่ทำให้รู้สึกเหมือนย้อนกลับไปในอดีต
<p>ด้านการเข้าร่วม (Participation)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คนที่มาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้ หรือโรงเรียนในพื้นที่ก็จะจัดกิจกรรมในวันสุนทรภู่ - นักท่องเที่ยวจะบอกว่าสถานที่ถ่ายรูปสวยทุก ๆ ที่ที่ได้ถ่าย/อาหารอร่อย - นักท่องเที่ยวจะได้มาที่ตรอกเรณู บ้านอัครรุ่งเรืองพาณิชย์ ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ขุมแสง ที่ทำให้รู้สึกว่าได้มาตามรอยละครจริง - นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันซึ่งเป็นตลาดชุมชนชายผลิตภัณฑ์ของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ได้ประสบการณ์จากการถ่ายภาพสถานที่ ดูนิทรรศการ ทำให้ระลึกถึงผลงานของท่าน - นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนเพื่อดื่มกาแฟ น้ำดื่มต่าง ๆ และถ่ายรูปกับมุมต่าง ๆ ของทางร้านซึ่งตกแต่งด้วยสไตล์โคโลเนียล หรือไทยประยุกต์ - นักท่องเที่ยวจะได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น - นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ถึงความเก่าแก่ของพื้นที่ - นักท่องเที่ยวก็สามารถซื้อหาสินค้า หรือแต่งกายย้อนยุคร่วม

คุณค่าเชิงประสบการณ์ จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์ (ริม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
		ไปกับพื้นที่ได้ - นักท่องเที่ยวจะได้ถ่ายรูปกับ นักรบ และมีชุดให้เช่าเพื่อแต่ง กายให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อชื่นชม บรรยากาศเก่า ๆ
ด้านความประทับใจ (Impression)	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นสถานที่ ที่เคยอ่านเคยดูว่ามันเป็นอย่างที่ บรรยายไว้ไหม ได้มาเห็น นางยักษ์ นางเงือก - นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย สามารถซึมซับความภาคภูมิใจ ในท่านสุนทรภู่-กวีเอกของโลก ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทย ในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งเดียวในโลก - ภาพธรรมชาติที่ถ่ายรูปออกมา แล้วสวยงาม ชิมอาหารพื้นบ้าน ที่ยังคงเสน่ห์รสชาติแบบดั้งเดิม - ได้รับความประทับใจในความย้อนยุค และอินไปกับพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ท่านได้รับการยกย่องเป็นคนมีชื่อ เสียงระดับโลก เป็นสามัญชนคน แรก ก็อยากให้คนที่มาเที่ยวเกิด ความภาคภูมิใจในตัวท่าน เมื่อได้ มาเยือน - สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่มี ความน่าท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน อย่างตลาดชุมแสงก็จะมี ความ เก่าแก่ในแบบของมัน ทำให้มี มนต์ขลังในการนำท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น - แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้าง ความประทับใจ ซึมซับกับ การแสดงที่ถ่ายทอดภาพความเป็น ชาวบ้านบางระจัน
ด้านความแปลกใหม่ (Novelty)	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นนางยักษ์ นางเงือก - สถานที่ บ้านเรือนของอำเภอ ชุมแสง เก่าแก่โบราณ ทำให้ ดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้ นักท่องเที่ยวหลงใหลในความมี เสน่ห์ของชุมแสง - ใช้จุดขายด้านคำพูดคำจาที่เป็น ภาษาย้อนยุคในสมัยอยุธยา - ความเป็นตลาดของชาวบ้าน บางระจันที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ได้ประสบการณ์ผ่านรูปปั้นที่เกิด จากจินตนาการของท่าน และได้ เห็นประวัติท่านในพิพิธภัณฑ์ของ ท่าน - โลเคชั่นที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เป็น ที่นิยม คนมักมาถ่ายรูปลงโซเชียล - ที่นี่เป็นสถานที่จริงทาง ประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่อง พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน และบ่อ น้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธา เชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส

คุณค่าเชิงประสบการณ์ จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์ (ริม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	คำพูดแบบโบราณ	
การยอมรับ (Recognition)	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่นี้สร้างขึ้นเพื่อเชิดชูบุคคลที่มีชีวิตจริง บุคคลที่เอกอรรถในเรื่องกาพย์ กลอน โคลง กวี นิทานคำกลอน คนที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้ หรือโรงเรียนในพื้นที่ที่จะจัดกิจกรรมในวันสุนทรภู่ - แม้ว่าละครจะจบ แต่ความเป็นเมืองชุมแสงที่มีความคลาสสิกยังคงอยู่ นักท่องเที่ยวก็ยอมรับว่าที่นี่ของจริง - เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ 	<ul style="list-style-type: none"> - รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจทกวี ได้เห็นผลงานในห้องนิทรรศการ - ท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง - ประสบการณ์ที่ได้เห็นรูปปั้นซึ่งเกิดจากจินตนาการของท่าน - ได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน - เพราะละคร ทำให้คนรู้ว่าชุมแสงอยู่ที่นครสวรรค์ - โลเคชั่นของพื้นที่ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงอาหาร สถานที่ต่าง ๆ วัฒนธรรมที่น่าสนใจ ทำให้อยากมาเรียนรู้และเยี่ยมชม - สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้านพื้นที่จริง ความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง อยากให้นักท่องเที่ยวประทับใจกับความเป็นชาวบ้านบางระจัน
ด้านประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality)	<ul style="list-style-type: none"> - เราจำลองสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของท่าน อยากให้คนมาดูแล้วได้เห็นว่าการใช้ชีวิตในอดีตของนักประพันธ์ระดับโลกเป็นอย่างไร เราก็หยิบเอาเรื่องราวเหล่านี้มาใช้ในการนำเสนอที่นี่ - ยังคงมีวัฒนธรรมที่คงอัตลักษณ์ ความเป็นเมืองชุมแสงที่ประชาชนส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน ร้านค้าต่าง ๆ มาแล้วก็เหมือนกับที่เห็นในละคร 	<ul style="list-style-type: none"> - พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งที่นี่จะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี - คนที่รู้จักสุนทรภู่ก็น่าจะอยากมาดูการใช้ชีวิตและผลงานของท่าน - นักท่องเที่ยวจะได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร - ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น มาที่นี่แล้วก็เหมือนว่าได้เห็นของจริงอย่างในละคร

คุณค่าเชิงประสบการณ์ จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์ (ริม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	<ul style="list-style-type: none"> - มีค่ายจำลองบริเวณด้านหน้าของวัด - ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสถานที่จริงในประวัติศาสตร์ผ่านการถ่ายทอดรูปแบบของร้านค้า วิธีการแต่งกาย การพูดจา
ด้านความชื่นชอบ (Admiration)	<ul style="list-style-type: none"> - เทศบาลหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร... ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ ไว้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบตัวละคร เรื่องราวความเป็นอยู่ในละครกรรม - นักท่องเที่ยวมักจะสอบถามจากไกด์หรือชาวบ้าน ร้านค้าว่า ละครเรื่องนี้มาถ่ายทำที่ชุมชนแสงไช้หรือไม่ เพราะทุกที่ที่ไปเหมือนในละครมาก ชีวิตครอบครัวของบ้านแม่ย้อยยังคงอยู่ในพื้นที่หรือไม่ ทำไมร้านแม่ย้อยจึงปิดไป ณ ตอนนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - อบต. ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปบ้านตามที่มีในละคร ให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง

ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก: คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากมุมมองของผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ
ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (อิม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>ด้านสุนทรียรส (Hedonics)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจดจำ/ระลึกถึง - ความสนุกสนาน/เพลิดเพลิน - ความตื่นเต้น 	<p>“รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจททวิ ได้เห็นผลงานในห้องนิทรรศการ และท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง ใครอยากเป็นนักประพันธ์ก็จะศึกษางานของท่าน” (Gov01)</p> <p>“พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรม ก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละคร ซึ่งทีนี้จะมึรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี ประสบการณ์ ได้เห็นรูปปั้นที่เกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน” (LR04)</p> <p>“เราเลือกตัวละครอย่าง เรณู หรือ แม่้อย นั้น นอกจากจะเป็นตัวเด่นที่คนจำได้แล้ว แต่เราก็จะเลือกตัวละครที่ดี อย่างเรณูถึงแม้จะเคยเป็นผู้หญิงหากิน แต่ก็กลับตัวและก็เป็นคนขยัน ตั้งใจทำงาน ส่วนแม่้อยนั้นก็เป็นคนรักลูกมาก ทำทุกอย่างเพื่อลูก เราก็ต้องเลือกตัวละครดี ๆ มา ตัวไหนไม่ติดใจให้ตั้งมากเราก็ไม่ยกนำมาซูโงะ” (Gov08)</p> <p>“ตรอกเรณู เดิมชื่อตรอกตลาดเย็น เปลี่ยนตามละคร” (LR013)</p> <p>“ใครมาเที่ยวที่นี้ก็จะนึกถึงความสามัคคีของชาวบ้าน เรียกว่าเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับคนปัจจุบันด้วย (Gov010)</p> <p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องของการกินกินวีรชน พระเอกจารย์ธรรมโชติ และความสามัคคี การไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งต่าง ๆ คนมาดูก็ได้กำลังใจกลับไป” (Gov011)</p>

<p>คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (ริม)</p>	<p>ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก</p>
<p>ด้านการเข้าร่วม (Participation)</p>	<p>“ได้ประสบการณ์จากการถ่ายภาพสถานที่ ดูนิทรรศการ ทำให้ระลึกถึงผลงานของท่าน” (LR01)</p> <p>“นักท่องเที่ยวที่มากพอเพื่อเติมกาแฟ น้ำดื่มต่าง ๆ และถ่ายรูปร่วมกัน ซึ่งตกแต่งด้วยสไลด์โคโลเนียล หรือไทยประยุกต์” (LR01)</p> <p>“ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน “วันสุนทรภู่” เช่น ตอบคำถาม แข่งแต่งกลอน เป็นต้น” (LR02)</p> <p>“มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก” (LR03)</p> <p>“ครอบครัว บ้านน้องๆ รุ่งเรืองพาณิชย์ ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่จุมแสง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้มาตามรอยละครจริง” (Gov07)</p> <p>“ก็จะรู้ถึงประวัติความเป็นมาของแต่ละสถานที่นั้น ๆ จากผู้คนที่ให้การต้อนรับ นอกจากจะได้รับความงามของแต่ละท้องถิ่นแล้ว ยังได้ความรู้กลับไปด้วยในทางด้านประวัติศาสตร์ และได้เห็นวิถีชุมชนในสถานที่นั้น ๆ” (Gov08)</p> <p>“เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีตลาดย้อนยุคบ้านระจันที่เป็นตลาดชุมชน ขายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ (Gov09)</p> <p>“สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน พื้นที่จริง มีความเป็นมาที่เป็นจริง ชาวบ้านเป็นกันเอง ทำการค้าขายเอง นักท่องเที่ยวก็ถามราคาซื้อหาสินค้า หรือแต่งกายย้อนยุคร่วมไปกับพื้นที่ได้” (LR022)</p>
<p>ด้านความประทับใจ (Impression)</p>	<p>“นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย สามารถซึมซับบรรยากาศภูมิทัศน์ในงานสุนทรภู่-วิถีเอกของโลก ซึ่งเป็นตัวแทนคนไทย ในความเป็นผู้แต่งบทกลอน โคลง กวี ของไทย หนึ่งในเดียวในโลก” (Gov04)</p>

คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (ริม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
ด้านความแปลกใหม่ (Novelty)	<p>“ท่านได้รับการยกย่องเป็นคนที่ขอลิขิตระดับโลก เป็นสถานีของคนแรก ก็อยากให้คนที่มาเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในตัวท่าน เมื่อได้มาเยือน” (LR02, LR03)</p> <p>“บทละคร ผมนวกกับชีวิตจริงของชาวชุมแสง ทำให้หนักท้องเที่ยวประทับใจและหลงใหลในการต้อนรับของชาวชุมแสง ทำให้หนักท้องเที่ยวกลับมาเมืองชุมแสงอีกอย่างแน่นอน” (Gov05)</p> <p>“แหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างความประทับใจ ซึมซับกับการแสดงที่ถ่ายทอดสภาพความเป็นชาวบ้านบางระจัน” (LR023)</p> <p>“เท่าที่เคยคุยกับนักท่องเที่ยว หลายคนมาก็เพราะอยากมาเห็นสถานที่ที่เคยอ่านเคยดูว่าเป็นเป็นอย่างไรที่บรรยายไว้เต็ม บางคนก็บอกว่าเหมือนที่เขียน แต่ก็อย่างว่าสมัยนี้อะไรๆ มันก็เปลี่ยนไปบางทีมันก็ไม่เหมือนซะทีเดียว แต่คนส่วนใหญ่ก็ประทับใจที่ได้มาเห็นนางยักษ์ นางเงือก” (Gov02)</p> <p>“ได้มาดูสถานที่ที่อยู่ของบิดาท่าน ได้ถ่ายรูป ได้กลิ่นอายของความเก่าบนเรือนไม้ของบิดาท่านสุนทรภู่” (LR05)</p> <p>“เห็นความแตกต่างของคำว่าตรอก/ซอย ได้รู้จักประติมากรรมแบบบ้านเพ็ญ” (LR013)</p> <p>“เพราะสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่มีควาามน่าท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน อย่างตลาดชุมแสงก็จะมีความเก่าแก่ในแบบของมัน ทำให้มีมนต์ขลังในการนำท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพราะในยุคปัจจุบันคนหันมาสนใจวิถีชีวิตสไตล์ไลฟ์มากขึ้น” (LR016)</p> <p>“ภาพยนตร์และละครมีผลต่อความอยากถ่ายรูปอยากเห็น ทำให้อยากมาดูพื้นที่จริงที่เกิดเรื่องราวในประวัติศาสตร์ มาเยี่ยมชมอนุสรณ์สถานชาวบ้านบางระจัน” (LR027)</p>

<p>คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (รีม)</p>	<p>ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก</p>
<p>การยอมรับ (Recognition)</p>	<p>“ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่องพิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธาเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส” (LR030)</p> <p>“รับรู้ถึงคุณค่า เข้าใจบทกวี ได้เห็นผลงานในท้องนิทรรศการ และท่านเป็นคนหลายสมัย ได้เห็นมุมมองของท่านในแต่ละช่วง” (LR01)</p> <p>“ประสบการณ์ที่ได้เห็นรูปปั้นซึ่งเกิดจากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่านในพิพิธภัณฑ์ของท่าน” (LR04)</p> <p>“ณ ปัจจุบัน ละครจบ แต่ความเข้มแข็งของเมืองชุมแสงที่มีความคลาสสิกและอาหารอร่อยยังคงอยู่ เราจึงสร้างจุดขายรูปหรือสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ ขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังคงมีเรื่องเล่าของละคร ‘กรงกรรม’ แผงไว้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและสัมผัสละครเรื่องนี้ไป เพราะเรื่องนี้ทำให้ชุมชนเข้มแข็งเป็นที่รู้จักของคนทั้งประเทศ” (Gov06)</p> <p>“ละคร/ภาพยนตร์เป็นประโยชน์ที่นำพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว จากเดิมเป็นเพียงเมืองเงียบ ๆ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก และเป็นทางผ่านมากกว่า กลายเป็นที่รู้จักของประชาชน มาเที่ยวมาแวะมาชม/ชิมของท้องถิ่น ” (Gov08)</p> <p>“นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่นี้จากละคร หนึ่งสื่อต่าง ๆ เมื่อมาเที่ยวที่ซึ่งเป็นที่จริงในประวัติศาสตร์ ก็ให้เห็นความเป็นไปในอดีตผ่านการถ่ายภาพอดในรูปแบบของร้านค้า วิธีการแต่งกาย การพูดจา ออกจากให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ภาคภูมิใจในบรรพบุรุษ” (LR025)</p>

<p>คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (ริม)</p>	<p>ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก</p>
<p>ด้านประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality)</p>	<p>“เราจำลองสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของงาน อยากรู้ให้คนมาดูแล้วได้เห็นว่าการใช้ชีวิตในอดีตของนักประพันธ์ระดับโลกเป็นอย่างไร เราก็หยิบเอาเรื่องราวเหล่านั้นมาใช้ในการนำเสนอที่นี่” (Gov02)</p> <p>“พอดูละครแล้วมันเล่าไม่ละเอียดเท่าอ่านวรรณกรรมก็ทำให้คนสนใจอยากอ่าน และอยากมาเห็นรูปปั้นของตัวละครซึ่งมันจะมีรูปปั้นของตัวละครพระอภัยมณี” (LR04)</p> <p>“นักท่องเที่ยวยอมรับว่า ได้เห็นสถานที่เก่า ๆ ตามแบบในละคร ได้เห็นความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น” (LR011)</p> <p>“นักท่องเที่ยวมาสอบถามสถานที่อยู่บ้านตามที่มีในละคร อด. ก็ทำตามละคร เพราะอยากให้นักท่องเที่ยวเห็นของจริง” (LR012)</p> <p>“ภาพยนตร์และละครสามารถเข้าถึงกับสถานที่จริงทำให้คนอยากมาดูสถานที่จริง สนับสนุนในอดีต ฉากหมู่บ้าน” (LR023)</p> <p>“ที่นี่เป็นสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ มีจุดขายในเรื่องพิพิธภัณฑสถาน และบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนยังมีความศรัทธาเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส” (LR025)</p>
<p>ด้านความชื่นชม (Admiration)</p>	<p>“ละครเรื่องนี้พอเริ่มฉายก็มีคนออกมาถามหาบ้านแม่ย่อย/ตลาดเก่า/วิถีชีวิตแบบเดิมๆ ทางเทศบาลจึงหาโลเคชั่นที่คล้ายคลึงกับละครมาจำลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพประทับใจเสมือนจริงในละคร” (Gov05)</p> <p>“นักท่องเที่ยวจะสอบถามจากไกด์หรือชาวบ้าน ร้านค้าว่า ละครเรื่องนี้มีมาถ่ายทำที่ชุมชนแสงโช่งหรือไม่</p>

<p>คุณค่าเชิงประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จริง (ริม)</p>	<p style="text-align: center;">ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก</p> <p>เพราะทุกที่ที่ไปเหมือนในแต่ละกรมมาก ชีวิตครอบครัวของบ้านแม่ย่อยยังคงอยู่ในพื้นที่ที่หรือแม่ทำไม่ร้านแม่ย่อยจึงขิดไป ณ ตอนนี่” (Gov06)</p> <p>“ผู้ชมจะคิดว่าได้มาถ่ายทำสถานที่นั้นจริง ๆ ต้องอธิบายว่าเรามีโรงถ่าย และสถานที่ถ่ายของเรา แต่เขาก็จำลองมาได้คล้ายมาก จนนักท่องเที่ยวเข้ามาถ่ายที่นี้จริง ๆ ก็นำยินดีที่นักท่องเที่ยวมาตามรอยละคร ตามรอยสถานที่ ซึ่งที่ดูแสงไม่เคยมีเหตุการณ์อะไรแบบนี้” (Gov07)</p>
--	---

ริม แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของ
วรรณกรรมจากมุมมองของผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบแหล่ง
ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (สัมภาษณ์เชิงลึก)

แนวทางการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่า ของวรรณกรรม (ริม)	เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
<p>1. นำจุดเด่นของวรรณกรรม/ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์/ บุคคลที่มีชื่อเสียงมาใช้ใน การสร้างเอกลักษณ์ให้กับ แหล่งท่องเที่ยว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีท่านสุนทรภู่เป็นจุด ศูนย์กลางด้วยท่านเป็นคนที่ มีชื่อเสียง - ใช้ท่านสุนทรภู่เป็นจุดขาย ของสถานที่นี้ - เมืองชุมแสงมีความคลาสสิก และอาหารอร่อย - ตลาดชุมแสงมีอาหาร ขนมอร่อย - เรื่องจริงทางประวัติศาสตร์ มีความแตกต่างจากที่อื่น เพราะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง 	<ul style="list-style-type: none"> - ละครมีผล ที่นี้จะมีรูปปั้น ของตัวละครพระอภัยมณี จากจินตนาการของท่าน และได้เห็นประวัติของท่าน ในพิพิธภัณฑ์ของท่าน - จุดเด่นของชุมแสง เช่น ชาวบ้านที่ยังคงเป็นคน สมัยก่อน อาหารการกินยังคง มีความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น - สถานที่มีประวัติศาสตร์ ที่ชัดเจน มีการเล่าเรื่องผ่าน วรรณกรรม นำการแสดงมา ถ่ายทอดในช่วงเวลา ต่าง ๆ ของค่ายบางระจัน
<p>2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองกับ จินตนาการของ นักท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดจุดถ่ายรูปเพื่อดึงดูด ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว - การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อ ประชาสัมพันธ์สถานที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดสร้างตัวละครตาม วรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป - จัดทำเรือนไม้จำลองเป็น สถานที่พักได้ถ่ายรูป - มีงานประเพณีที่สอดคล้องกับ สุนทรภู่ - ตลาดชุมแสงมีสถานที่ถ่ายรูป สวย ๆ ปรับเปลี่ยนตามหัวง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการสร้างตัวละครตาม วรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก - มีการจัดงานประเพณี เทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยว - ได้มาถ่ายรูปตามรอยละคร กับโรงแรมที่มีความคลาสสิก

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม (ธิม)	เจ้าหน้าที่รัฐที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
	<p>เวลา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศ ไทย - การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่วัด เช่น งานวันค่ายแตก งานวีรชนชาวบ้านบางระจัน การจัดพิธีบวงสรวง 	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวตามรอยละคร มาถ่ายรูปบ้านตามที่มีในละคร - จัดกิจกรรมตามรอยละคร ตามหาของกินอร่อย ๆ - ได้ถ่ายรูปกับบุคคลที่แต่งกายย้อนยุคและเป็นตัวแทนของบุคคลในประวัติศาสตร์ - ใช้ประเพณีต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาสถานที่ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสร้างความสนใจของแต่ละเดือน
<p>3. ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดงานของทุกที่ในจังหวัด เป็นไปในทิศทางเดียวกัน - มีการวางแผนร่วมกับผู้แตงนวนิยายและผู้สร้าง - ความร่วมมือของชาวบ้าน ชุมชน วัด หน่วยงานราชการ ในการผลักดัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาชนในท้องถิ่น ให้ความร่วมมือกับภาครัฐทุกครั้งที่มีการจัดงาน - ให้ความร่วมมือกับภาครัฐทุกครั้งที่มีการจัดงาน ‘วันสุนทรภู่’ - มีหน่วยงานภาครัฐคอยเข้ามาทำกิจกรรมในพื้นที่นี้ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ ซึ่งกันและกัน - มีแนวทางพัฒนาร่วมกับ อัมพวาและชัยภูมิ ที่มีการแลกเปลี่ยนดูงาน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ด้วยแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรม (เริ่ม)	เจ้าหน้าที่รัฐที่รับผิดชอบพื้นที่	ผู้ประกอบการ
		<p>ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว</p> <p>- มีการแบ่งการดูแลรักษา ออกเป็น 11 ชุม แต่ละชุมมีคนดูแล 4 คน มีคณะกรรมการบริหาร มีจิตอาสาต่าง ๆ</p>

ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก: แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ตัวร้ายแรงบันดาลใจจากคุณค่าของวรรณกรรมจากมุมมองของ
ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตามรอยภาพยนตร์ (จีเอ็ม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<p>1. นำจุดเด่นของวรรณกรรม/เรื่องราวทางประวัติศาสตร์/บุคคลที่มีชื่อเสียงมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว</p>	<p>“วรรณกรรม (ละคร นวนิยาย) มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ ช่วยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น มีผู้คนมามากขึ้นกระจายรายได้ อย่างที่มีก็นำจุดเด่นของพระอภัยมณีมีตัวละครที่คนไทยรู้จักมาจัดแสดงเพื่อดึงดูดคนที่เคยอ่านเคยดูวรรณกรรมเรื่องนี้ ซึ่งของเราก็จะต่างจากที่อื่น มีที่นี้ที่เดียว” (Gov01)</p> <p>“มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึกก็อย่างนางยักษ์ที่เราเคยเห็นเคยดูในละครตอนเราเป็นเด็ก พอมาดูมันก็นึกถึงตอนเป็นเด็กเหมือนกัน” (LR03)</p> <p>“ละครมีผลต่อความเชื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็นความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นในละคร ก็ถือว่าเราโชคดีที่ละครเรื่องนี้เกิดขึ้นนี้เลยทำให้เรากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว” (LR013)</p> <p>“วรรณกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนา ตอนแรกเราก็อยู่กับเงียบ ๆ ดูเป็นทางผ่านทั้งทางเรือ รถยนต์ รถเมล์ และรถไฟ ทำให้เป็นที่รู้จัก เพราะการตัดถนนเลยเมืองทำให้มีนักท่องเที่ยวมาก แต่ก็พอมันถูกพูดถึงในละครตั้งทาง อดต. ก็จัดทำสถานที่ขึ้นเลยให้เป็นจุดท่องเที่ยวได้ พอมีละคร นักท่องเที่ยวจะมาเยือนถิ่นกันมาก” (LR011)</p>
<p>2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองกับจินตนาการของนักท่องเที่ยว</p>	<p>“มีการสร้างตัวละครตามวรรณกรรมเป็นจุดถ่ายรูป เป็นแรงดึงดูดใจให้มาเที่ยว มาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก” (LR03)</p> <p>“ตลาดชุมชนที่ยังคงสภาพเดิมไว้ แกลเลอรีที่มียาถ่าย ภาพวาดสวย พร้อมสถานที่ถ่ายรูปสวย ๆ ปรับเปลี่ยนตามหัววงเวลาให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพประทับใจ/อาหาร ขนมที่มีความอร่อย” (Gov06)</p>

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตามรอยภาพยนตร์ (ริม)	ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก
<ul style="list-style-type: none"> - การจัดจุดถ่ายภาพเพื่อดึงดูดลูกค้า หรือนักท่องเที่ยว - การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ 	<p>“ได้เห็นสถานที่โบราณ รู้สึกถึงการย้อนยุคของชุมชนบางระจัน เป็นการมาพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะถ่ายภาพรูปกับนักกริป และมีชุดให้เช่าเพื่อแต่งกายให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อขึ้นชมบรรยากาศเก่า ๆ” (LR024)</p> <p>“เดินตามรอยสถานที่ท่องเที่ยว ไหว้เจ้าพ่อเจ้าแม่ ตามรอยอาหาร ราวหน้าตาถิ่นเก่า ชั่วตมก๊วย จัดกริปทัวร์บ้านแปะ มีสแกรนด์นครสวรรค์ พาผู้บริหารมาเที่ยว” (LR017)</p> <p>“ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทยซึ่งการทำงานของภาคราชการในการส่งเสริมจะมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น งานวันค่ายเด็ก งานวีรชนชาวบ้านบางระจัน การจัดพิธีบวงสรวง ฯลฯ” (Gov09)</p> <p>“ใช้ประโยชน์ของแต่ละเดือน -ม.ค. ทำบุญตลาด -ก.พ. ทำบุญตลาด -ก.พ. สดุดีวีรชน -มี.ค. กวนข้าวเหนียวแดง ประเพณีสงกรานต์น้ำพระ -พ.ค. หล่อเทียน -ก.ค. ถวายเทียน -ส.ค. ถวายเทียน -ต.ค. ถวายเทียน” (LR021)</p> <p>“ใช้การแสดงในเทศกาลใหญ่ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ เช่น การแสดงเหตุการณ์เมื่อค่ายแตก มีการบวงสรวง สดุดีวีรชน มีดาราร่วมงาน ช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว” (LR025)</p>
<p>3. ความร่วมมือของทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว</p>	<p>“เอาจริง ๆ พวกเรา (ประชาชนในท้องถิ่น) ให้ความร่วมมือกับภาครัฐทุกครั้งที่มีการจัดงาน ‘วันสุนทรภู่’ ด้วยการให้ใช้สถานที่รับรอง เจ้าหน้าที่ที่เข้าร่วมกิจกรรม แต่ผู้นำชุมชนไม่เน้นการท่องเที่ยว ไม่มีโปรโมต 1 ปี มีการจัดงานแค่ครั้งเดียว คือ ‘วันสุนทรภู่’ ไม่มีการของบมาพัฒนา ผู้ประกอบการต้องทำเรื่องจัดของบเอง” (LR01)</p> <p>“มีการวางแผนร่วมกับผู้แต่งนวนิยายและผู้สร้างตั้งแต่ละครออนแอร์ได้เพียง 2 ตอน และเมื่อละครจบ</p>

<p>แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตามรอยภาพยนตร์ (ริม)</p>	<p>ตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก</p>
	<p>จบลง ทางของสวามีความชอบในสถานที่เมืองชุมแสง จึงได้มาถ่ายทำจริง ๆ ในบางตอนของเรื่องทุ่งเสนหา” (Gov06)</p> <p>“มีแนวทางการพัฒนาร่วมกับอัมพวาและชัยภูมิ ที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านเฟซบุ๊ก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว” (LR012)</p> <p>“ช่วยตกแต่งสถานที่ (ตลาดร้อยปี) ด้วยภาพต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่นำดารานักแสดงพาแฟนคลับมาเที่ยว” (LR017)</p> <p>“ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งในการทำงานของภาคราชการในการส่งเสริมก็จะมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วๆ ไป เช่น งานวันคล้ายวันเกิด งานวันคนตายแดก งานวีรชนชาวบ้านบางระจัน การจัดพิธีบวงสรวง ฯลฯ” (Gov09)</p> <p>“มีเพจโปรโมตการแสดงย้อนหลังให้ดูเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์สถานที่ให้เป็นที่รู้จัก รายการที่ถ่ายทำมีการโปรโมตช่วย แล้วก็มีร้านไปออกรายการก็เป็นการโปรโมต” (LR021)</p>