



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

วิทยานิพนธ์

ของ

ชมพูนุท สมแสน

พหุฯ ปทุมธานี ชีวะ

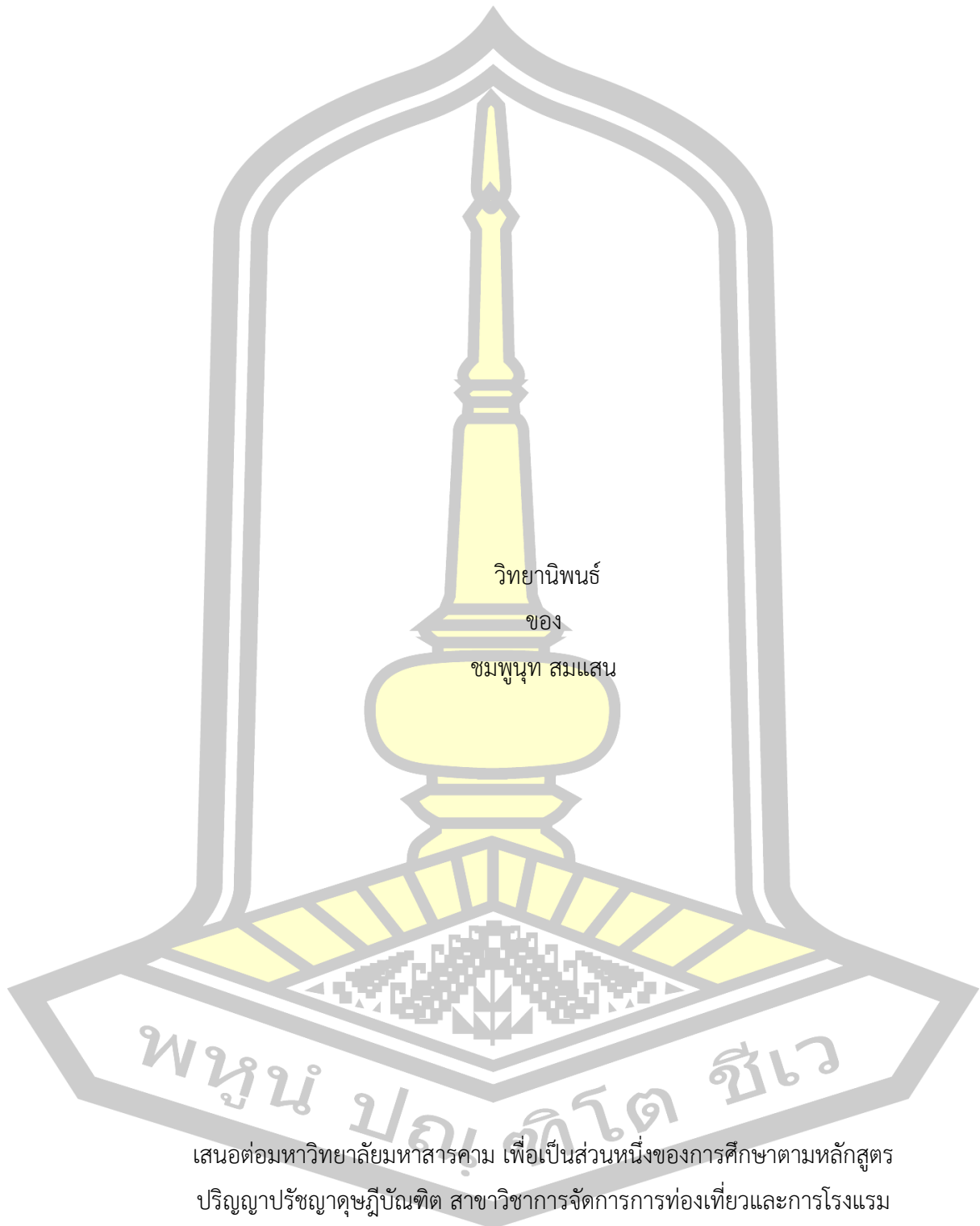
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

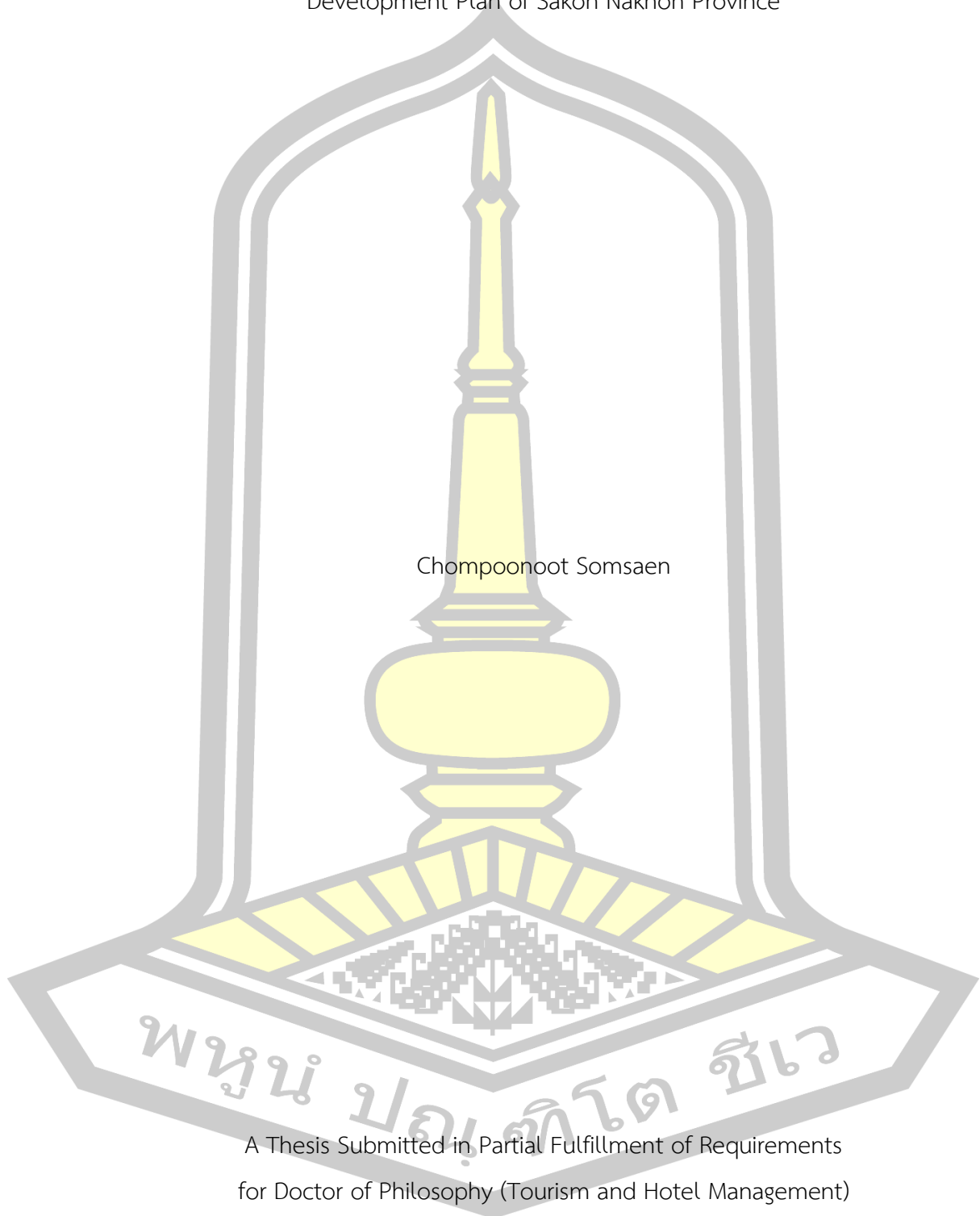


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic
Development Plan of Sakon Nakhon Province



Chompoonoot Somsaen

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Tourism and Hotel Management)

October 2023

Copyright of Maharakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวชมพูนุท สมแสน แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์
เชี่ยวชาญ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี่)

กรรมการ

(ผศ. ดร. กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ)

กรรมการ

(ผศ. ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย)

กรรมการ

(ดร. โอชญญา บัชรรม)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(รศ. ดร. กฤษน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา จังหวัดสกลนคร		
ผู้วิจัย	ชมพูนุท สมแสน		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลินจง โภชารี		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยวและการ โรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

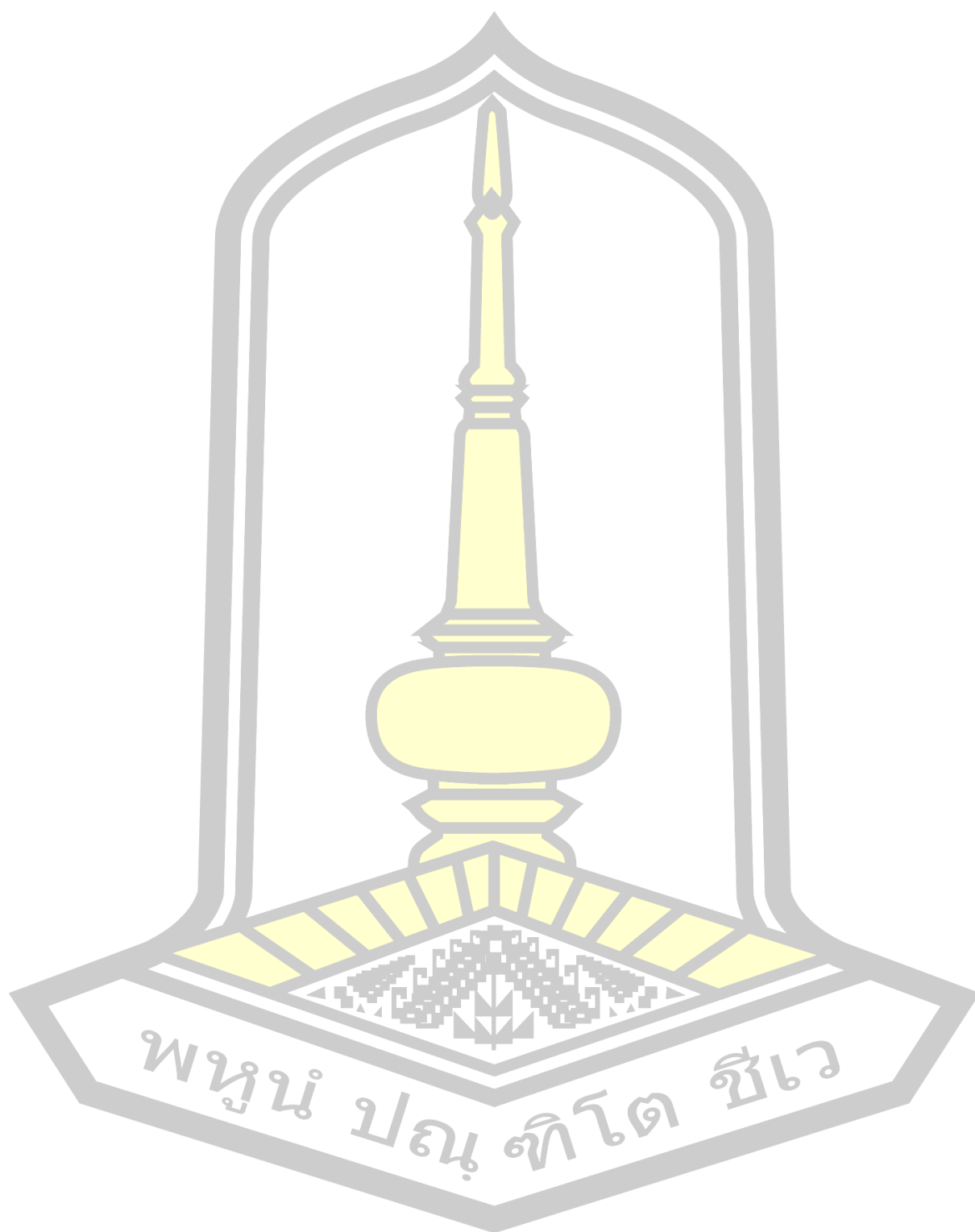
บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Research Method) และได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยเสี่ยงรวมถึงข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 26 คน

ผลการวิจัยพบว่า มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ สร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านราคา ตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ มีการแจ้งราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จัดให้มีแผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขาย การจัดทำสื่อให้มีความน่าสนใจ เพิ่มช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ จัดโปรโมชั่นราคาพิเศษสำหรับช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว ด้านบุคคล จัดให้มีฝึกอบรมบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว และพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวในทุกด้าน ด้านกระบวนการ มีการพัฒนาขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม มีการดูแลความปลอดภัยปลอดภัย ด้านลักษณะทางกายภาพ การปรับปรุงภูมิทัศน์ การตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, แผนยุทธศาสตร์

การพัฒนาจังหวัดสกลนคร



TITLE	The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province		
AUTHOR	Chompoonoot Somsaen		
ADVISORS	Assistant Professor Linjong Pocharee , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

This research aims to determine guidelines for developing the cultural tourism according to the strategic development plan of Sakon Nakhon Province. The Mixed Research Method is used in the study. Enhanced factors and risk factors, including data from group discussions, are analyzed to determine guidelines for the development of the cultural tourism according to the strategic development plan of Sakon Nakhon Province. Three groups of 26 people are involved in tourism in cultural tourist attractions in Sakon Nakhon Province: the government sector, the private sector, and the public sector.

It is found that guidelines for developing the cultural tourism according to the strategic development plan of Sakon Nakhon Province are listed as follows. For the product, the identity of a tourist attraction should be created; tourist attractions should be linked; and opportunities for tourists to participate in tourism activities should be provided. For the price, the appropriate price should be set to the quality of the products and services, and prices of products and services should be clearly displayed. For the distribution channel, more distribution channels should be increased; maps recommending tourist attractions should be provided; and tourist attractions should be easily accessed. For the sales promotion, interesting media should be created; online and offline advertising and public relations channels should be increased; and special price promotions for the off-season should be

provided. For the personnel, trainings for personnel involved in tourism should be organized and the personnel should be ready to serve tourists in every aspect. For the process, service procedures should be developed systematically and concretely; and the safety should be provided. For the physical characteristic, the landscape should be improved and tourist attractions should be decorated with local identity.

Keyword : guidelines for developing the cultural tourism, cultural tourism, strategic development plan of Sakon Nakhon Province



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2564 ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พันธ์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะและความช่วยเหลือในหลายๆ สิ่งหลายๆ อย่าง จนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตากรุณาและขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย และอาจารย์ ดร.โอษฐ์ญา บัชรธรรม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วิจิธา พาณิชย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุติมา ฮามคำไพ และอาจารย์ ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการให้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงผู้ช่วยเก็บข้อมูลทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย นอกจากนี้ยังมีเพื่อนร่วมงาน อาจารย์วิชญานกานต์ ขอนยาง และอาจารย์ปฐิมาภรณ์ กังวานศรีเพชร ที่คอยให้ความช่วยเหลือเรื่องงานและให้กำลังใจตลอดมา ที่ขาดไม่ได้ คือ เพื่อนนิสิตร่วมรุ่นปริญญาเอก ที่ช่วยเติมเต็มทั้งความรู้และเป็นกำลังใจให้กัน

และที่ขาดเสียไม่ได้ ขอขอบพระคุณสำหรับความห่วงใยและกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวสมแสน ที่ให้การสนับสนุนและเป็นแรงใจสำคัญจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ส่งผลให้ผู้วิจัยมีทุกวันนี้ ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปพัฒนาในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

สารบัญ

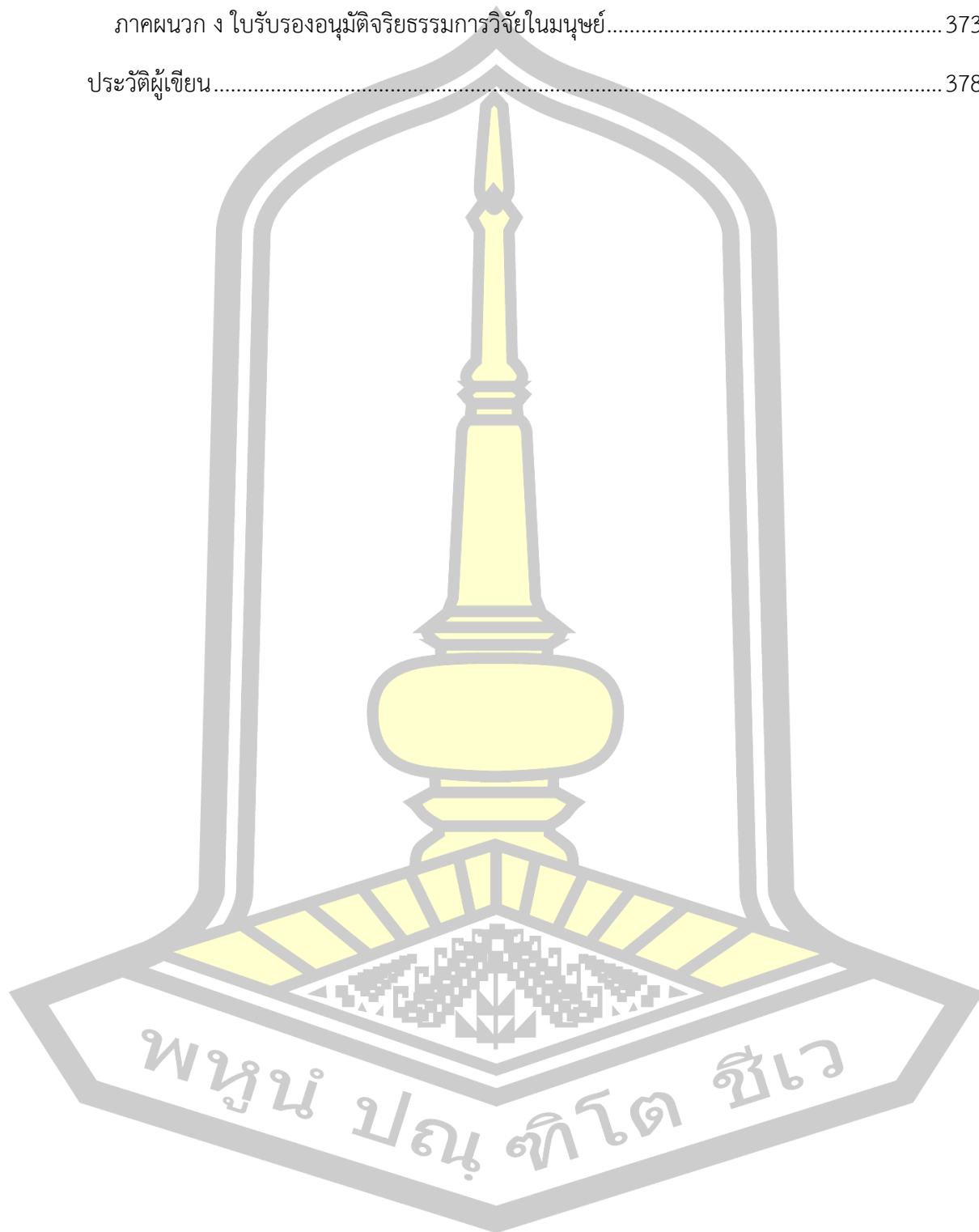
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
สมมุติฐานของการวิจัย.....	6
ความสำคัญของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	39
ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว.....	43
ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	54
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว.....	59

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	75
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	81
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	87
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	95
ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร.....	96
ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร.....	100
ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	104
ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัดสกลนคร	109
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	117
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	117
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	117
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	118
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	291
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	291
สรุปผล	291
อภิปรายผล.....	309
ข้อเสนอแนะ.....	320
บรรณานุกรม.....	322
ภาคผนวก.....	333
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์.....	334
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	340

ภาคผนวก ค แบบสนทนากลุ่ม 365

ภาคผนวก ง ใบรับรองอนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์..... 373

ประวัติผู้เขียน..... 378



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สถิติภูมิอากาศ ของจังหวัดสกลนคร ปี 2559 – 2562	14
ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร	27
ตารางที่ 3 ตารางความสัมพันธ์ระหว่างคำถาม คำตอบ และกลยุทธ์ในแผนงานตลาด	52
ตารางที่ 4 แสดงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจ	63
ตารางที่ 5 แสดงเครื่องมือในการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	65
ตารางที่ 6 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.....	80
ตารางที่ 7 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	85
ตารางที่ 8 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	91
ตารางที่ 9 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับหัวหน้าครัวเรือนตามพื้นที่วิจัย	101
ตารางที่ 10 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับนักท่องเที่ยวตามพื้นที่วิจัย	105
ตารางที่ 11 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย.....	114
ตารางที่ 12 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	116
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	126
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว.....	128
ตารางที่ 15 ผลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	142
ตารางที่ 16 ผลการให้คะแนน	153
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูล	155
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	156

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	158
ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	161
ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ.....	165
ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ	169
ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา	174
ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพ.....	178
ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้.....	183
ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา (1).....	188
ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา (2)	192
ตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ.....	198

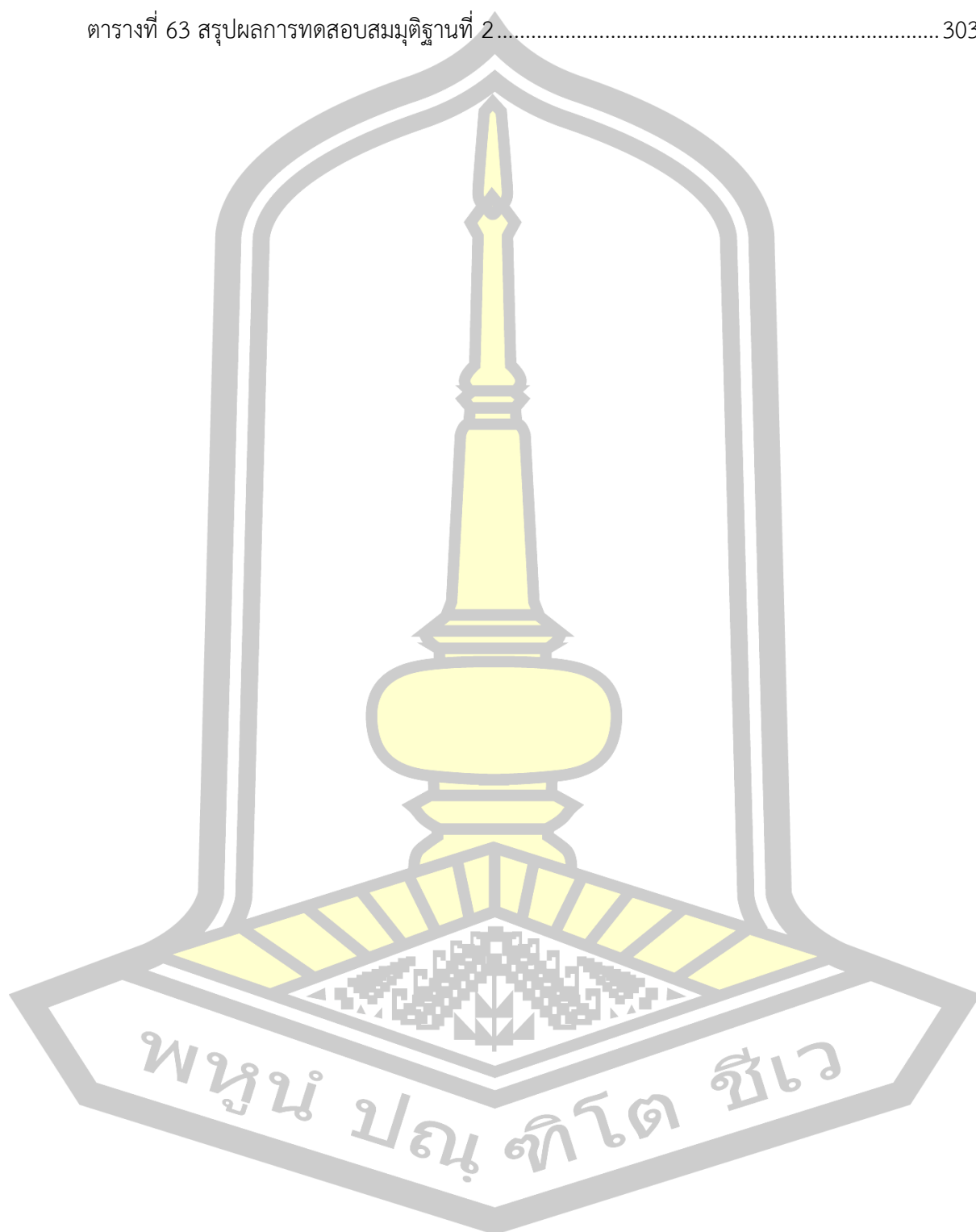
ตารางที่ 29 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ	203
ตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษา	211
ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครจำแนกตามอาชีพ	219
ตารางที่ 32 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้	227
ตารางที่ 33 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา	235
ตารางที่ 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมี พฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	243
ตารางที่ 35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	245
ตารางที่ 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ	246
ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ	247
ตารางที่ 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษา	248
ตารางที่ 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	250
ตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	251

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็น รายคู่โดยวิธี Scheffe	252
ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพ.....	253
ตารางที่ 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดย วิธี Scheffe.....	254
ตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้.....	255
ตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	256
ตารางที่ 46 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	257
ตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe.....	258
ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	259
ตารางที่ 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	260
ตารางที่ 50 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	261

ตารางที่ 51 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดย วิธี Scheffe.....	262
ตารางที่ 52 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา.....	263
ตารางที่ 53 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวมจำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	266
ตารางที่ 54 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	268
ตารางที่ 55 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe.....	270
ตารางที่ 56 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	272
ตารางที่ 57 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านบุคลากร จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	274
ตารางที่ 58 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe	276
ตารางที่ 59 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe.....	278
ตารางที่ 60 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2.....	280
ตารางที่ 61 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยว 5 ปี ย้อนหลัง ของจังหวัดสกลนคร.....	282

ตารางที่ 62 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 301

ตารางที่ 63 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 303



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร	5
ภาพประกอบที่ 2 แสดงแผนที่จังหวัดสกลนคร.....	13
ภาพประกอบที่ 3 แสดงภาพศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร.....	16
ภาพประกอบที่ 4 แสดงภาพสะพานขอมหรือสะพานหิน.....	17
ภาพประกอบที่ 5 แสดงภาพศูนย์วัฒนธรรมไทโส้.....	18
ภาพประกอบที่ 6 แสดงภาพชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทีบ.....	19
ภาพประกอบที่ 7 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น.....	19
ภาพประกอบที่ 8 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ.....	20
ภาพประกอบที่ 9 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง.....	21
ภาพประกอบที่ 10 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด.....	21
ภาพประกอบที่ 11 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่.....	22
ภาพประกอบที่ 12 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร.....	29
ภาพประกอบที่ 13 ลำดับชั้นความต้องการของมาส์โลว์	55
ภาพประกอบที่ 14 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.....	81
ภาพประกอบที่ 15 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	86
ภาพประกอบที่ 16 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	93
ภาพประกอบที่ 17 แสดงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร	319

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Barometer) เดือนมกราคม - มิถุนายน 2562 โดยระบุว่า มีนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางระหว่างประเทศ ในช่วงดังกล่าวจำนวน 671 ล้านคน มากกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาจำนวน 29 ล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 4.4 สำหรับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า โดยภาพรวมขยายตัวร้อยละ 5.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทุกประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีสถานที่ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกขององค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) มากมายล้วนแต่มีความโดดเด่น ทำให้ภูมิภาคอาเซียนเต็มไปด้วยเสน่ห์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้นไปอีก (กระทรวงการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์, 2558) ซึ่งประเทศไทยก็เป็น 1 ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศเดือนมกราคม-มีนาคม 2566 มีทิศทางที่ฟื้นตัวที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 42.87 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 49 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 187,861 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ซึ่งทิศทางที่ฟื้นตัวที่ดีขึ้นนี้เป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลายลง จึงไม่ใช่อุปสรรคหลักต่อการเดินทางท่องเที่ยว และประเทศไทยเปิดประเทศพร้อมกับการยกเลิกมาตรการต่างๆ เพื่อเอื้อให้การท่องเที่ยวในประเทศพลิกฟื้นกลับมาเท่ากับปกติ (กองกลยุทธ์การตลาด, 2566)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบไปด้วยประชากรเป็นจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย และยังเป็นภาคที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สุดในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการพูดภาษาอีสาน อาหาร ดนตรี ศิลปะการแสดง การแต่งกาย ประเพณีการเล่น ไปจนถึงความคิดสร้างสรรค์ที่สืบทอดต่อกันมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรและภาคีเครือข่ายต่างๆ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง รวมถึงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางในภาคอีสานในมุมมองใหม่ๆ ที่ผู้คนมองข้าม ให้รู้สึกเที่ยวได้ง่าย สะดวก สบาย และ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2563) แต่ที่ผ่านมามคนไทยหรือชาวต่างชาติ นิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ ที่ได้รับความนิยม เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา จึงเป็นที่มาของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง บริษัทเอ็กซ์

พีเดีย (Expedia, Inc.) ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกาที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวออนไลน์ระดับโลก ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบุแนวโน้มการท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับปี 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยหันกลับมาชื่นชอบและค้นหาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น โดยเฉพาะเมืองรองอย่าง สกลนคร นครพนม และน่าน ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมในไทยและมีการเติบโตขึ้นมากกว่า 50% เมื่อเทียบจากปี 2560 อันดับ 1 คือ สกลนคร (Balance, 2562)

จังหวัดสกลนครซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 9 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงล้อมรอบด้วยภูเขาและป่าไม้สูงกว่าระดับน้ำทะเล ประมาณ 172 เมตร (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร, 2563) จังหวัดสกลนครมีแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวแบบขึ้นบันไดกล่าวคือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่มากนักและยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ นักท่องเที่ยวเดินทางมาและพำนักตามสถานพักผ่อนมากช่วงที่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประเพณีสำคัญ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาจากการจัดกิจกรรมเทศกาล งานประเพณี นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการประชุม สัมมนาหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 ธรรม ได้แก่ ธรรมะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และมีพระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ ซึ่งเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 และพระบรมวงศานุวงศ์ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563)

นอกจากนี้ จังหวัดสกลนครเป็นเมืองที่มีแหล่งชุมชนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และเป็นเมืองเก่าที่มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่ เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าแต่ละเชื้อชาติมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดและยึดมั่นในวัฒนธรรมประเพณีจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาและอยู่กันด้วยความรัก สามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาจนทุกวันนี้ จึงเป็นที่มาของการเป็น “เมืองแห่งวัฒนธรรม” (ม. ศูนย์หนองหารศึกษา, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์ และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2561) แสดงให้เห็นว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครนั้น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว โดยวัดจากสถิตินักท่องเที่ยวที่ผ่านมา ในปี 2557 จำนวน 136,813 คน ในปี 2558 จำนวน 144,338 คน ในปี 2559 จำนวน 149,646 คน ในปี 2560 จำนวน 169,931 คน และในปี 2561 จำนวน 182,411 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ปัจจุบันจังหวัดสกลนครมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) โดยมีวิสัยทัศน์ (Vision) คือ เป็นแหล่งเกษตรปลอดภัย ก้าวไกลการค้า การลงทุน พัฒนาการท่องเที่ยวสู่

อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง และได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว กล่าวถึงการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม ของจังหวัดสกลนครเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายมากขึ้น (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b) โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครให้มีความสำคัญในอันดับที่หนึ่ง มีการยกการท่องเที่ยวให้ตั้งอยู่บนกรอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 ธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญยิ่ง แต่จากสถิติกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างที่อยู่ในจังหวัดสกลนครนั้น กลับพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังถูกจัดว่าได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งมีสัดส่วนห่างจากอันดับที่ 1 มากถึงเกือบ 3 เท่า โดยอันดับที่ 1 ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85.45 ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลับมีเพียงร้อยละ 30.88 (รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สวนเพลง, 2559) ซึ่งยังถือว่ามีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จังหวัดสกลนครมี ดังนั้น เพื่อให้วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชาวสกลนครก็ยังคงดำรงอยู่ได้และแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน จึงจำเป็นที่จังหวัดสกลนครต้องมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร เพื่อรักษาวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการกำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2557)

- 1.1 ศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 1.2 ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว
- 1.3 การบริหารจัดการ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์มาจาก แนวความคิด เกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ใช้คำถามค้นหาลักษณะพฤติกรรม (เสรี วงษ์ มณฑา, 2542; รัชชัย สุวรรณสาร, 2558; ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546a, 2546c) ซึ่งประกอบด้วย

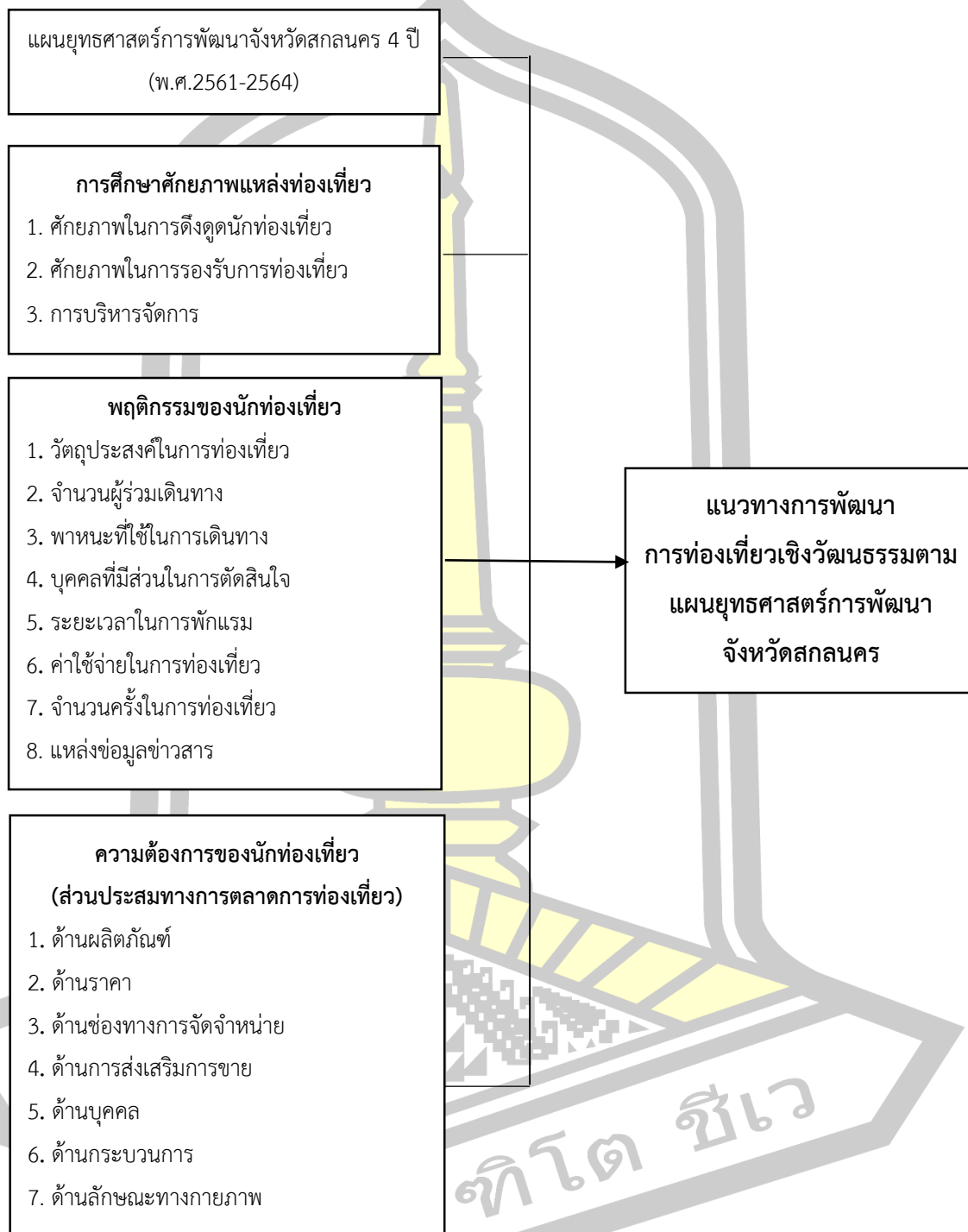
- 2.1 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว
- 2.2 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง
- 2.3 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
- 2.4 บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ
- 2.5 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.6 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- 2.7 จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว
- 2.8 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว โดยประยุกต์มาจาก แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการจึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's (B.H., 1981; P. and Armstrong, 2005; ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546b) ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)
- 3.2 ราคา (Price)
- 3.3 การจัดจำหน่าย (Place)
- 3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 3.5 ผู้ให้บริการ (People)
- 3.6 ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence)
- 3.7 กระบวนการ (Process)

พหุ ประเด็น โท ชีเว

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

สมมุติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทราบถึงศักยภาพของของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร และสามารถจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนในการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม
2. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทราบถึงนโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนครไปปรับใช้ในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครได้
3. หน่วยงานภาครัฐ ทราบถึงความคิดเห็นของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และสามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครได้
4. หน่วยงานภาครัฐได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ให้ผู้ที่สนใจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ
5. หน่วยงานภาคเอกชน ทราบถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร สามารถนำ

ผลการวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลในการส่งเสริมและออกแบบกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างรายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร มีการกำหนดขอบเขต ดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร เกี่ยวข้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร 9 แห่ง ได้แก่

3.1 ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

3.2 สะพานขอมหรือสะพานหิน

3.3 ศูนย์วัฒนธรรมไทยโส้

3.4 ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทีบ

3.5 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น

3.6 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ

3.7 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง

3.8 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด

3.9 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่

4. ขอบเขตด้านประชากร

4.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

4.1.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ หน่วยงานราชการบริหารส่วนกลาง หน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร หน่วยงานราชการบริหารส่วนท้องถิ่น กำนันผู้ใหญ่บ้าน อบต. ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน

4.1.2 ภาคเอกชน คือ หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ หอการค้าจังหวัดสกลนคร สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจของที่ระลึก

4.1.3 ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จาก 9 หมู่บ้าน ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview)

4.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

4.2.1 ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จาก 9 หมู่บ้าน โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี

4.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

5. ขอบเขตด้านเวลา

มีช่วงเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม 2564 – มีนาคม 2566

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร** หมายถึง การปรับปรุงด้านกายภาพ และอนุรักษ์คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร มีการพัฒนา มีการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพในการรับรองรับนักท่องเที่ยว

2. **ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร** หมายถึง ชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนในชุมชนจังหวัดสกลนคร ทั้งที่เป็นรูปธรรมที่แสดงออกทางด้านลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย

การละเล่นและการบันเทิงต่างๆ สถาปัตยกรรม ฯลฯ และที่เป็นนามธรรม ที่แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อ ทศนคติภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ

3. วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสกลนคร หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคม วัฒนธรรมอาจเป็นได้ทั้งแนวคิด ทศนคติ มโนคติ ความรู้ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำต่างๆ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนหรือสังคมอื่นที่สะท้อนผ่านวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาล รวมไปถึงงานศิลปกรรมอื่นๆ เป็นพฤติกรรมที่ได้มาจากการเรียนรู้และการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งในพื้นที่จังหวัดสกลนคร

4. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) หมายถึง ข้อมูลการพัฒนาและประเด็นการพัฒนาจังหวัดสกลนคร ที่กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาของจังหวัด ซึ่งแสดงถึงพันธกิจ และวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาในอนาคต

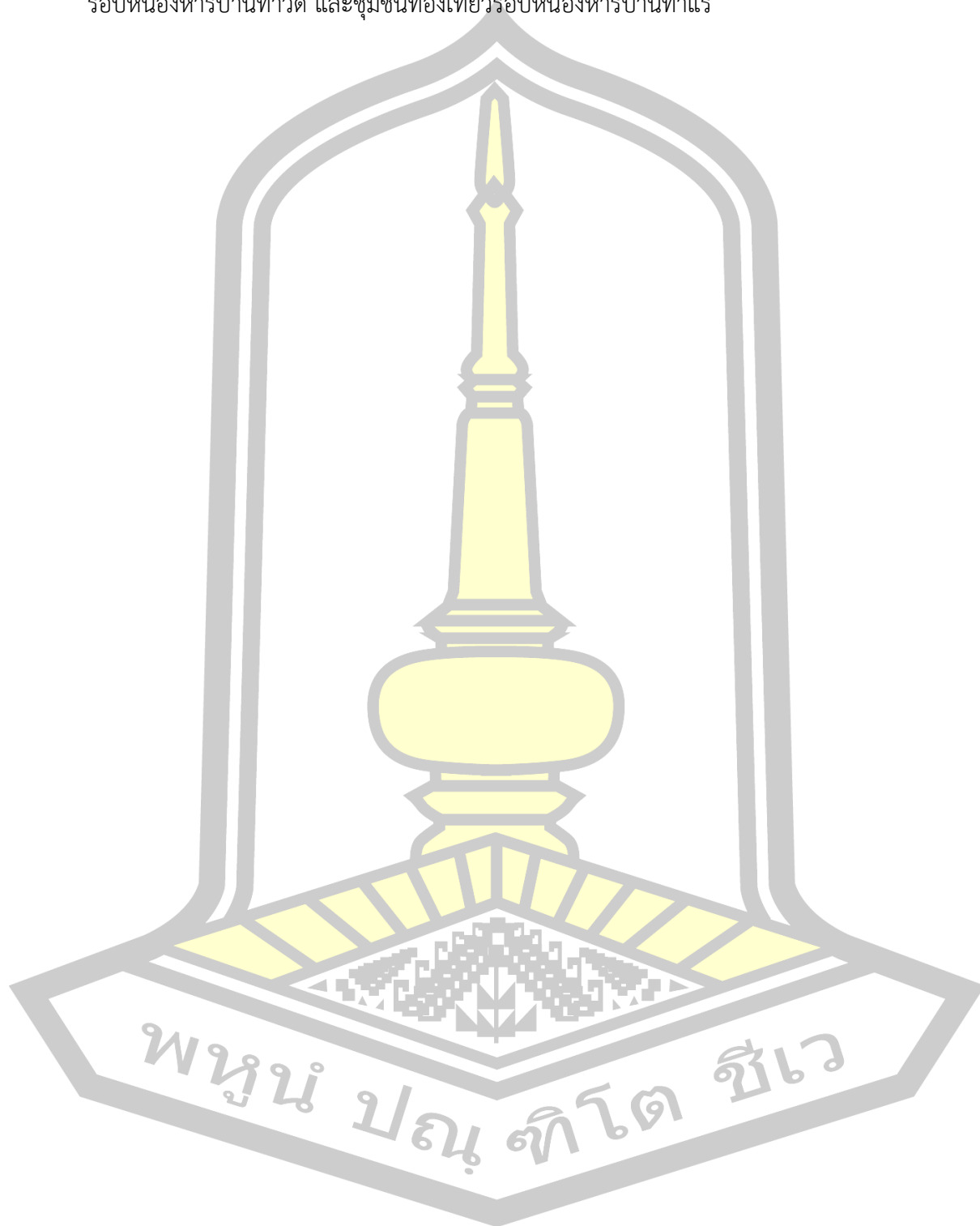
5. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร หมายถึง ศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครแต่ละแหล่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประยุกต์ใช้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว โดยกำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

6. พฤติกรรมในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร

7. ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำนวน 9 แหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b) ประกอบด้วย ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร สะพานขอมหรือสะพานหิน ศูนย์วัฒนธรรมไทยไส้ ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยหีบ ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น

ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง ชุมชนท่องเที่ยว
รอบหนองหารบ้านท่าวัด และชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
6. แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2561-2564)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 125 ตำบล 1,521 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลตำบล 65 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 74 แห่งรายละเอียดต่าง ๆ ของจังหวัด สกลนคร มีดังนี้

1. ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดสกลนครตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นที่ราบสูง ล้อมรอบด้วยภูเขาและป่าไม้ เส้นรุ้งที่ 16 องศา 45 ลิปดาถึง 18 องศา 15 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 103 องศา 15 ลิปดาถึง 104 องศา 30 ลิปดาตะวันออก มีขนาดพื้นที่ประมาณ 9,605.76 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 6,003,602 ไร่ ตั้งอยู่เหนือระดับน้ำทะเล 172 เมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 647 กิโลเมตร ทางรถยนต์ ห่างจากสะพานมิตรภาพไทย - ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ประมาณ 120 กิโลเมตร และสะพานมิตรภาพไทย - ลาวแห่งที่ 3 จังหวัดนครพนม ประมาณ 90 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จังหวัดสกลนครมีอาณาเขตติดต่อกับเขตจังหวัด ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ จรดอำเภอเฝ้าไร่ อำเภอโซ่พิสัย จังหวัดหนองคาย
 อำเภอพรเจริญ อำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ อำเภอนาทม อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม
 ทิศตะวันออก จรดอำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอนาแก
 อำเภอวังยาง อำเภอปลาปาก อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม
 ทิศใต้ จรดอำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร อำเภอนาคู อำเภอ
 เขาวง อำเภอสมเด็จ อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ อำเภอวังสามหมอ อำเภอกุมภวาปี จังหวัด
 อุดรธานี
 ทิศตะวันตก จรดอำเภอไชยวาน อำเภอหนองหาน อำเภอทุ่งฝน
 อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

2. ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไป ทางด้านทิศใต้เป็นเทือกเขาสูงจากนั้นจะค่อยๆ เอียงลาดลงมาทางทิศเหนือและทิศตะวันออก พื้นที่อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 172 เมตร ขนาดพื้นที่ของจังหวัดสกลนครเป็นลำดับ 19 ของประเทศ และลำดับ 8 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะภูมิประเทศแต่ละบริเวณ ดังนี้

2.1 พื้นที่ตอนใต้ สภาพพื้นที่เป็นที่ราบสูงบนเทือกเขาภูพานและที่ราบระหว่างหุบเขามีสภาพพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาดอยู่บริเวณอำเภอกุดบาก มีลำธารและลำห้วยอันเกิดจากเทือกเขาหลายแห่งมีป่าไม้และทุ่งหญ้า เหมาะสำหรับการเลี้ยงสัตว์

2.2 พื้นที่ตอนตะวันออกเฉียงเหนือ มีสภาพพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาดรวมถึงบริเวณที่ติดกับ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม

2.3 พื้นที่ตอนตะวันตก สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาด เหมาะสำหรับการทำไร่บริเวณที่ติดกับจังหวัดอุดรธานี

2.4 พื้นที่ตอนกลาง สภาพพื้นที่เป็นที่ราบต่ำเหมาะแก่การทำนา โดยเฉพาะท้องที่อำเภอเมือง ที่มีหนองหาร ทำให้มีน้ำตลอดปี มีอาณาเขตกว้างประมาณ 7 กิโลเมตร ยาวประมาณ 18 กิโลเมตร ระดับน้ำลึกประมาณ 2-4.5 เมตร หนองหารเป็นที่รองรับน้ำจากแม่น้ำต่างๆ หลายสาย

2.5 พื้นที่ตอนเหนือ สภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาด มีสภาพเป็นป่าปนไร่ ป่าส่วนใหญ่ เป็นพวกป่าแดงโปร่ง ไม้ไม่เต็ง ไม้รัง พลวง เหนือที่ตั้งอำเภออากาศอำนวยและริมน้ำสงครามบางส่วนเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วม ซึ่งใช้ทำนาได้บางส่วนเท่านั้น ส่วนใหญ่จะทิ้งไว้รกร้างว่างเปล่า มีพวกไม้พุ่มเตี้ย และหญ้าขึ้นปกคลุมทั่วไป (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

3. ลักษณะภูมิอากาศ

3.1 ลักษณะทั่วไป สกลนครเป็นจังหวัดหนึ่งในจำนวน 20 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภาคที่แห้งแล้งกว่าภาคอื่นๆ ในประเทศไทย เนื่องจากสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงตอนดินเป็นหินตะกอน ดูดซับน้ำและเก็บรักษาน้ำไว้ไม่ได้ แม้ปริมาณน้ำฝนที่ตกแท้จริงแล้วมากกว่าภาคเหนือและภาคกลาง

3.2 ฤดูกาล

3.1.1 ฤดูฝน โดยทั่วไปจะเริ่มตั้งแต่ประมาณกลางเดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือนตุลาคม รวมเวลา 4-5 เดือน ฝนที่ตกส่วนมากเป็นฝนที่เกิดจากพายุดีเปรสชันที่เคลื่อนตัวมาจากทะเลจีนใต้ ส่วนที่เกิดจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้มีไม่มากนัก ถ้าปีใดพายุดีเปรสชันเข้าน้อยปีนั้นจะแห้งแล้ง โดยปกติจะมีพายุดีเปรสชัน ถึงพายุโซนร้อนเข้าเฉลี่ยปีละ 1-2 ลูก สกลนครมีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยคาบ 30 ปี (พ.ศ.2524-2553 มาตรฐานองค์การอุตุนิยมวิทยาโลก) เท่ากับ 1,644.6 มิลลิเมตร มีค่าใกล้เคียงกับ จังหวัดอุดรธานี, มุกดาหาร, นครพนม และจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมากกว่าจังหวัดในภาคกลางและภาคเหนือ

ตารางที่ 1 สถิติภูมิอากาศ ของจังหวัดสกลนคร ปี 2559 – 2562

ปี พ.ศ.	2559	2560	2561	2562
ปริมาณน้ำฝน (มิลลิเมตร)	1,349.30	2,422.90	1,575.6	1,191.8
จำนวนวันฝนตก (วัน)	123	139	127	100
อุณหภูมิอากาศเฉลี่ย (องศา C)	26.9	26.1	26.2	26.5

ที่มา : (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

3.1.2 ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ประมาณกลางเดือนตุลาคม ถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ รวมเวลา 4 เดือน ในตอนต้นเดือนตุลาคมเป็นระยะเปลี่ยนฤดูระหว่างฤดูฝนกับฤดูหนาวอาจมีฝนตกได้เป็นบางวัน ฤดูหนาวของจังหวัดสกลนครมีลักษณะอากาศหนาวอย่างชัดเจน กระแสลมที่เย็นและแห้งพัดมาจากประเทศจีน คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือความหนาวเย็น มีผลกระทบต่อดินฟ้าอากาศในจังหวัดสกลนคร จังหวัดสกลนครเคยมีอุณหภูมิต่ำสุดจนถึง - 1.4 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2517 ที่สถานีอากาศเกษตรสกลนคร ซึ่งอยู่ที่ศูนย์วิจัยพืชไร่สกลนคร บ้านนาคำตำบลห้วยยาง อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร

3.1.3 ฤดูร้อน ตั้งแต่ประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคม รวมระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ระยะนี้มีมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือหมดกำลังลง

ตะวันออกเฉียงใต้จากทะเลจีนใต้และอ่าวไทยจะพัดมาแทนที่ และเป็นระยะหนึ่งที่ประเทศไทยได้รับแสงแดดกล้าที่สุด ทำให้มีความร้อนและแห้งแล้งมาก สถิติภูมิอากาศสูงสุดที่สุดของสกลนคร คือ 41.9 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2500 (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

4. การท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

4.1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนครนั้นได้ชื่อว่า “เมือง 3 ธรรม” กล่าวคือ จังหวัดสกลนครมีบูรพาจารย์ที่เป็นอริยสงฆ์ อาทิ หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต หลวงปู่ฝั้น อาจาโร ซึ่งได้รับความเลื่อมใสและการสักการบูชามิเสื่อมคลาย รวมทั้งการมีสถานที่สำคัญทางศาสนา จึงมีพุทธศาสนิกชนและประชาชนทั่วไปมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมะ” และจากการที่มีภูมิประเทศสวยงามอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ที่หลากหลายของเทือกเขาภูพานอันเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง นอกจากนั้นยังมีหนองหาร เป็นแหล่งน้ำจืดที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ 123 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะต่างๆ กว่า 20 เกาะ เหล่านี้จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมชาติ” อีกประการหนึ่งก็คือ เป็นเมืองที่มีแหล่งชุมชนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และเป็นเมืองเก่าแก่ มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่ เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน คนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าและแต่ละเชื้อชาติ มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดและยึดมั่นจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาและอยู่ด้วยกันด้วยความรักสามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาจนทุกวันนี้ จึงเป็นที่มาของ “เมืองแห่งวัฒนธรรม” ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้

4.1.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมะ ได้แก่ วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร

วัดป่าสุทธาวาส วัดป่าอุดมสมพร วัดคำประมง วัดถ้ำขามหรือภูขาม วัดถ้ำอภัยดำรงธรรมหรือวัดถ้ำพวง วัดถ้ำผาแด่น พระธาตุศรีมงคล ถ้ำพระพุทธรูปไสยาสน์ ปราสาทพระธาตุนารายณ์เจงเวง ปราสาทภูเพ็ก ปราสาทขอมบ้านพันนา พระธาตุคุดม

4.1.2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ หนองหาร อุทยาน

แห่งชาติภูพาน อุทยานแห่งชาติภูผายล อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก น้ำตกคำหอมและโค้งปึงงู สะพานหินธรรมชาติ ภาพรอยสลักผาสามพันปีที่ภูผายล น้ำตกค่าน้ำสร้าง หอส่งดาว ภูอ่างศอ เชื่อน้ำพุ่ง เชื่อน้ำอูน

4.1.3 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด

สกลนคร สะพานขอมหรือสะพานหิน ศูนย์วัฒนธรรมไทโส้ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยหีบ ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหาร ได้แก่ บ้านแป้น บ้านน้ำพุ บ้านจอมแจ้ง บ้านท่าวัด บ้านท่าแร่

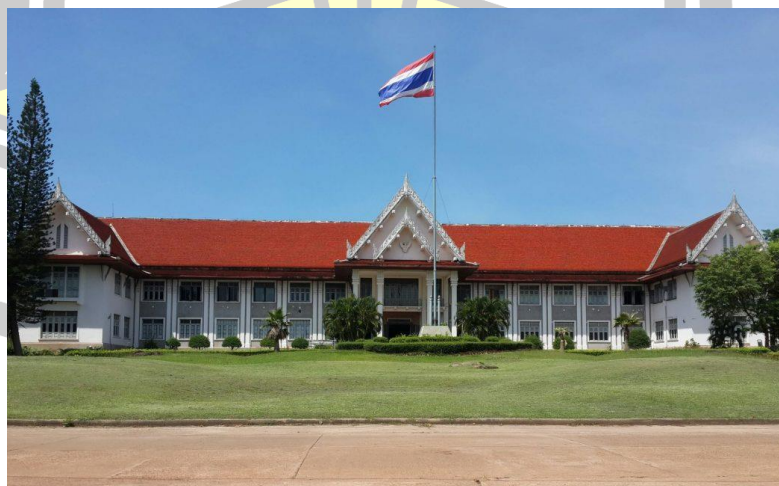
แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ พิพิธภัณฑสถาน อุทยานบัวเฉลิมพระเกียรติ ท้องฟ้าจำลอง ชุมชนคาทอลิกบ้านท่าแร่ (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

จะเห็นได้ว่า จังหวัดสกลนคร เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ที่มีความสำคัญและมีความพร้อมสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น

4.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนครได้ทำแผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร 5 ปี (พ.ศ. 2561 - 2565) ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โดยแผนการพัฒนานี้ จังหวัดได้มีการมุ่งเน้นพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยว 3 ธรรม ประกอบด้วย ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งตามแผนพัฒนาได้กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสกลนครมี 9 แหล่ง ดังนี้ (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

4.2.1 ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร พิพิธภัณฑสถานเมืองสกลนคร เดิมจัดตั้งขึ้นในนามของศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร เมื่อปีพุทธศักราช 2523 ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อเป็นสถานที่เก็บรักษาและจัดแสดงโบราณวัตถุที่พบภายในจังหวัดสกลนคร ภายใต้การดำเนินงานกำกับดูแลของศูนย์ศิลปวัฒนธรรม วิทยาลัยครูสกลนคร ภายหลังพัฒนามาเป็นสถาบันภาษา ศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ต่อมาเมื่อปีพุทธศักราช 2559 ได้เปลี่ยนชื่อจาก “ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม” เป็น “พิพิธภัณฑสถานเมืองสกลนคร” เวลาทำการทุกวันพุธ-อาทิตย์ 09.00 – 16.00 น. (พิพิธภัณฑสถานเมืองสกลนคร, 2566)



ภาพประกอบที่ 3 แสดงภาพศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

(พิพิธภัณฑสถานเมืองสกลนคร, 2566)

4.2.2 สะพานขอมหรือสะพานหิน ตั้งอยู่ก่อนเข้าตัวเมือง เป็น

โบราณสถานเล็กๆ ริมถนนนิตโย ถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 22 ใกล้กิโลเมตรที่ 161 สะพานหินถือเป็นโบราณสถานและขึ้นทะเบียนกรมศิลปากรไว้เมื่อ พ.ศ. 2478 ในสมัยนั้นสะพานหินกว้าง 4 เมตร ยาว 16 เมตร สาเหตุที่กรมศิลปากรขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเพราะมีคนเรียกว่า "สะพานขอม" ต่อมาเห็นว่าสะพานของเดิมชำรุดมากจึงของบประมาณกรมศิลปากรมาสร้างใหม่แทนของเดิม โดยใช้ก้อนหินศิลาแลงมาก่อให้เป็นรูปสะพาน มีบันไดขึ้นลง 3 ชั้น ลักษณะทั่วไป โดยความเป็นจริงแล้ว สะพานหินของดั้งเดิมมิได้เกี่ยวข้องกับการสร้างในคติขอมแต่อย่างใด เพียงทำเป็นสะพานเพื่อให้ กระแสน้ำจากหนองสนม ซึ่งรับน้ำจากภูพานไหลผ่านลงหนองหานเท่านั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563b)



ภาพประกอบที่ 4 แสดงภาพสะพานขอมหรือสะพานหิน
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563b)

4.2.3 ศูนย์วัฒนธรรมไทลื้อ ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ว่าการอำเภอกุสุมาลย์

จังหวัดสกลนคร เมื่อปี พ.ศ. 2520 นายสุวัฒน์ แสงสุทธิเศรษฐ์ นายอำเภอกุสุมาลย์ ได้มองเห็นว่าชาวอำเภอกุสุมาลย์ส่วนใหญ่เป็นชาวไทลื้อ ซึ่งมีภาษาพูด มีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ชอบใช้ชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย ไม่สนใจการเมือง จากสภาพความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อนั้น เป็นเรื่องที่น่าศึกษา โดยเฉพาะขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง อย่างเด่นชัดในปี พ.ศ.2524 จึงจัดสรรเงินงบประมาณ วงเงินประมาณ 50,000 บาท ดำเนินการก่อสร้างศูนย์วัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อรวบรวมและแสดง ตลอดจนเน้นการอนุรักษ์เครื่องมือ เครื่องใช้ในการดำรงชีพ รวมไปถึงเครื่องประดับชนิดต่างๆ ของบรรพบุรุษไทลื้อ โดยจัดแสดงไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษาตลอดจนผู้ที่สนใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร, 2561)

นอกจากนั้นยังเป็นสถานที่จัดงานเทศกาลโล่รำลึก ที่จัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองปีใหม่เจ้าของชนเผ่าไทลื้อ ซึ่งตรงกับ วันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 เป็นประจำทุกปี (museum thailand, 2563)



ภาพประกอบที่ 5 แสดงภาพศูนย์วัฒนธรรมไทลื้อ
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563a)

4.2.4 ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทึบ ตั้งอยู่ตำบลโนนหอม

อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมทางธรรมชาติที่เป็นที่น่าสนใจมากของ จังหวัดสกลนคร เนื่องจากเป็นสถานที่ที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม ชาวบ้านที่อยู่ภายในชุมชนก็มีวิถีแบบดั้งเดิม ยังคงวัฒนธรรมแบบชาวภูไท ที่ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างเหนียวแน่น มีอัตลักษณ์ เป็นของตนเองที่โดดเด่น โดยเฉพาะที่ "บ้านโนนหอม" ซึ่งเป็นตั้งศูนย์กลางการจัดงานประเพณีต่างๆ ของชนเผ่า ไม่ว่าจะเป็นการร่วมรับประทานอาหารเย็นกับชาวภูไท หรือที่เรียกว่า "พาแลง" การชม การแสดงฟ้อนรำของสาวชาวภูไท หรือการชมการแสดงรำมวยโบราณ สามารถติดต่อล่วงหน้าได้ที่ "ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านโนนหอม เลขที่ 5 หมู่ 2 ตำบลโนนหอม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000 โทร. 0 4251 3490-1"

พูนุ ปณุกิตโต ชิว



ภาพประกอบที่ 6 แสดงภาพชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยหีบ
(sanook.com, 2560)

4.2.5 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น ตำบลบ้านแป้น

อำเภอโพนนาแก้ว จังหวัดสกลนคร อยู่หนองหารอยู่ด้านทิศตะวันออก ใช้ชื่อว่าตะวันรอนหนองหาร บ้านแป้น ที่เป็นช่วงพระอาทิตย์จะลับขอบฟ้า ซึ่งท้องน้ำจะสวยงาม นอกจากนี้ชุมชนบ้านแป้น ยังเป็นอีกหนึ่งแห่งที่มีการทำแปลงผักลอยน้ำ



ภาพประกอบที่ 7 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น
(องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแป้น, 2563)

4.2.6 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ ตำบลบ้านแป้น

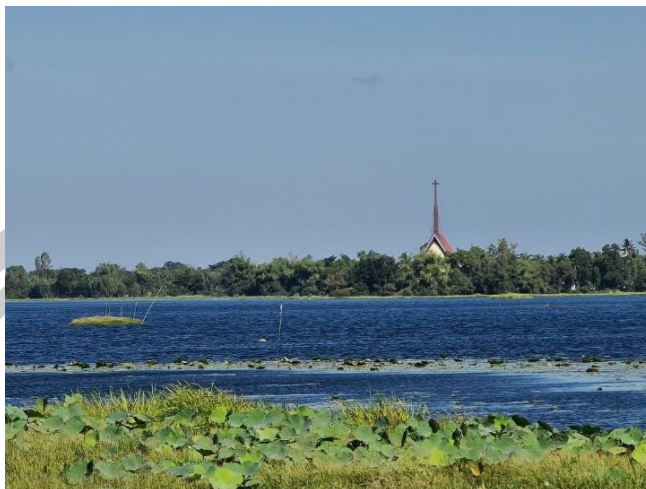
อำเภอโพนนาแก้ว จังหวัดสกลนคร มีแปลงผักลอยน้ำที่เกิดจากการแก้ไขปัญหาของวัชพืชในหนองหาร ซึ่งแปลงผักที่เห็นอยู่นี้ไม่ใช่พื้นดินที่ท่ายกร่อง แต่เป็นวัชพืชต่างๆ ที่รวมตัวกันจนอัดแน่นชาวบ้านจะเรียกว่า สนม หรือว่า สนุน มีลักษณะ ขนาด และรูปร่างคล้ายแปลงผัก ซึ่งวิธีการทำแปลงผักลอยน้ำจากวัชพืชนี้ ไม่ได้มีอยู่แค่ในชุมชนบ้านน้ำพุเท่านั้นแต่ยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนใกล้เคียงอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีสะพานทางเดินศึกษาป่าบุงป่าทาม สะพานทอดยาวลงหนองหาร ความยาว 200 เมตร เป็นจุดชมวิวให้นักท่องเที่ยวได้มาเดินเล่นกินลม ชมธรรมชาติ ตามทางเดินของสะพานมีแผ่นป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ในระบบนิเวศหนองหาร (Floating Gardens, 2566; กลุ่มแปลงเกษตรลอยน้ำ, 2566)



ภาพประกอบที่ 8 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ
ที่มา ชุมชนบ้านน้ำพุ (บ้านน้ำพุ, 2018)

4.2.7 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง ตำบลบ้าน

แป้น อำเภอโพนนาแก้ว จังหวัดสกลนคร บ้านจอมแจ้งเป็นบ้านที่มีประชากรนับถือศาสนาสองศาสนา คือ ศาสนาคริสต์ และพุทธ โดย ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ ซึ่งมีพิธีกรรม แห่ดาว โดยในวันที่ 24 ธันวาคมของทุกปี จากนั้นในวันที่ 25 ธันวาคม ก็จะออกไปร่วมกิจกรรมแห่ดาวกับบ้านท่าแร่ หรือ เมืองสกลนคร ซึ่งทั้งสองที่นี้จะจัดกิจกรรมแห่ดาวที่ยิ่งใหญ่ทุกปี และการเลี้ยงผีหมอ ซึ่งการเลี้ยงผีหมอนี้ ชาวจอมแจ้งที่บ้านจอมแจ้งที่นับถือศาสนาพุทธ จะออกไปร่วมพิธีกรรมเลี้ยงผีหมอกับหมู่บ้านอื่น (วินิธา พานิชย์, 2552)



ภาพประกอบที่ 9 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง

(Facebook, 2566)

4.2.8 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด ตำบลเหล่าปอ

แดง อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร เดิมมีชื่อว่า "บ้านท่าวัดริมน้ำ" ตั้งอยู่ริมฝั่งหนองหารทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ทับซ้อนกับชุมชนโบราณหลายยุคสมัย เช่น สมัยก่อนประวัติศาสตร์ปรากฏหลักฐานทางโบราณคดีประเภทภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เครื่องมือสำริดและเครื่องมือเหล็กจำนวนมาก ส่วนในสมัยทวารวดีพบเนินโบราณสถานหินทรายขนาดใหญ่ และพระพุทธรูปหินทรายปางสมาธิ ศิลปะทวารวดีที่มีความสำคัญ มีขนาดใหญ่หน้าตัก 60 เซนติเมตร และพบเพียง 3-4 องค์เท่านั้นในประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบ "ศิลาจารึกบ้านท่าวัด" หรือจารึก "พระมหาพรหมโพธิสัตว์" กล่าวถึงการสร้างวัดเพื่ออุทิศถวายแด่พระมหากษัตริย์ในสมัยอาณาจักรล้านช้าง ตรงกับชื่อเมืองเก่าในอดีตว่า "เมืองเชียงใหม่หนองหารคามเขต" (ศูนย์หนองหารศึกษา, 2561)



ภาพประกอบที่ 10 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด

ที่มา : ถ่ายเองเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2565

4.2.9 ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่ บ้านท่าแร่

ตำบลท่าแร่ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร บ้านท่าแร่ตั้งอยู่ริมฝั่งหนองหารทางทิศเหนือ เป็นชุมชนชาวคริสต์ขนาดใหญ่ก่อตั้งเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2427 โดยบาทหลวงชาวฝรั่งเศสชื่อ "ซาเวียร์ เกโก" ปัจจุบันมีอาสนวิหารอัครทูตมีคาแอลเป็นรูปเรือสีขาวขนาดใหญ่และสวยงาม 1 ใน 3 ของประเทศไทย ภายในหมู่บ้านท่าแร่ยังคงอนุรักษ์ตึกอาคารโบราณลักษณะ "โคโลเนียลสไตล์" (Colonial Style) ที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมทางตะวันตกผสมผสานกันกับฝีมือช่างพื้นถิ่น อีกทั้งทางทิศตะวันตกของบ้านท่าแร่มีสะพานและจุดชมวิว "ตะวันรอนที่หนองหาร" ที่สวยงามอีกด้วย (ศูนย์หนองหารศึกษา, 2561)



ภาพประกอบที่ 11 แสดงภาพชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่ (wongnai, 2562)

จังหวัดสกลนคร เป็นพื้นที่ที่มีจุดเด่นทางวัฒนธรรม มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมากมาย ผู้วิจัยเห็นควรให้ความสำคัญ ทำนุบำรุง และรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้สะอาดอยู่เสมอเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน โดยนำจุดเด่นทางวัฒนธรรมดังกล่าวมาใช้เป็นจุดขาย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสกลนคร

4.3 งานกิจกรรมและประเพณีที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนครมีงานประเพณีที่สำคัญ ประกอบไปด้วย

4.3.1 งานนมัสการองค์พระธาตุเชิงชุมและหลวงพ่อพระองค์

แสน จัดขึ้นในวันขึ้น 9 ค่ำ ถึง 15 ค่ำ เดือนยี่ของทุกปี ณ วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร ภายในวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหารนั้น มีพระวิหารซึ่งประดิษฐานหลวงพ่อพระองค์แสน ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะเชียงแสน ชัดสมาธิราบก่ออิฐถือปูนลงรักปิดทองหน้าตักกว้าง 2 เมตร สูงจากฐาน

ถึงพระเมวลี 3.20 เมตรประทับนั่งบนแท่นสูง 1.35 เมตร หันพระพักตร์ไปทางทิศตะวันออก หันพระปฤษฎางค์ เข้าหาองค์พระธาตุเชิงชุมเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของชาวสกลนครคู่มาับพระธาตุเชิงชุม ประดิษฐานเป็นพระประธานอยู่ภายในพระวิหารเป็นพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์มากอีกองค์หนึ่งของประเทศ

4.3.2 งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและแข่งขันเรือยาวชิงถ้วย

พระราชทานฯ จัดขึ้นในช่วงออกพรรษา ระหว่างวันขึ้น 12 - 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี มีการจัดการแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี บริเวณหนองหาร และในตอนกลางคืนของวันขึ้น 13 ค่ำ ก่อนวันทำการแห่ขบวนปราสาทผึ้ง ชาวคุ้มต่างๆ จะนำปราสาทผึ้งของตนที่ตกแต่งสวยงามประดับโคมไฟหลากสีมาตั้งประกวดแข่งขันกัน ณ สนามมิ่งเมือง เพื่อให้ประชาชนได้ชมความสวยงามอย่างใกล้ชิด สำหรับวันขึ้น 14 ค่ำ จะเป็นวันแห่ขบวนปราสาทผึ้งที่ตกแต่งอย่างวิจิตรสวยงามของคุ้มวัดต่างๆ ไปตามถนนในเขตเทศบาลไปสู่วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร ปราสาทผึ้งแต่ละขบวนจะนำมาตั้งไว้เป็นพุทธบูชา ณ บริเวณวัดพระธาตุเชิงชุม ด้วยความศรัทธาของชาวอีสานที่เชื่อว่าในเทศกาลออกพรรษาพระพุทธเจ้าจะเสด็จลงมาจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์เพื่อมาโปรดเวไนยสัตว์ในโลกมนุษย์ให้พ้นทุกข์

4.3.3 งานรมน้ำใจไทสกลและงานกาชาด จัดขึ้นประมาณต้นปี

ของทุกปี บริเวณศาลากลางจังหวัดสกลนคร กิจกรรมประกอบด้วย การออกร้านหรรษากาชาด การประกวดธิดาผ้าอ้อมคราม การประกวดร้องเพลง การออกร้านแสดงนิทรรศการของส่วนราชการ การประกวดศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การจัดพาแลง และการแสดงมหรสพ เป็นต้น

4.3.4 งานประเพณีแข่งฝีพาย จัดขึ้นที่ตำบลไฮหย่อง อำเภอ

พังโคนการแข่งฝีพายเป็นการแข่ง ในงานประเพณีบุญมหาชาติ หรือบุญพระเวสสันดร ซึ่งเป็นวันจัดขบวนแห่ฝีพายที่ยิ่งใหญ่เพื่อระลึกถึงคุณงามความดี การบำเพ็ญกุศลของพระเวสสันดรชาดกในอดีตกาล เพื่อเป็นข้อเตือนใจว่า การเป็นคนดีมีคุณธรรมมีน้ำใจเกื้อกูลต่อผู้อื่น เสียสละ บริจาค ให้อภัยซึ่งกันและกัน แม้กรณีทั้งภูตผีปีศาจ ก็ยังแข่งขังสรรเสริญ เข้าร่วมขบวนแห่อัญเชิญพระเวสสันดรเข้าเมืองด้วย ทั้งยังให้พุทธศาสนิกชน ได้มีโอกาสเข้าร่วมทำบุญบริจาคทานก่อนถึงวันงานประเพณีบุญมหาชาติ โดยใช้ฝีพาย แห่ไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ

4.3.5 งานเทศกาลโล้รำลึก เป็นงานสำคัญของชาวโล้ อำเภอ

กุสุมาลย์ จัดขึ้นในวันขึ้น 4 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี ณ บริเวณที่ว่าการอำเภอกุสุมาลย์ การแสดงโล้ทั้งบั้งจะเริ่มในตอนสายของวันขึ้น 4 ค่ำ ตามประเพณีความเชื่อที่สืบทอดมาแต่อดีต เป็นการแสดงพิธีเยา (เชิญวิญญาณเข้าทรงคนป่วยลงสนามหรือแข่งสนาม) และพิธีเจียศาลารวมเข้ากันเพื่อให้เกิดรูปขบวนที่สวยงามเป็นจังหวะสอดคล้องกับเครื่องดนตรีพื้นบ้านที่ดีดี สี่ ดี เป่า เข้ากับท่วงท่ารำของสาว

โส้ที่มาร่วมแสดงเป็นจำนวนมาก ชาวโส้ถือว่าเป็นพิธีที่ศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ในบริเวณงานจะมีการ
ออกจำหน่ายสินค้าพื้นบ้านนานาชนิดให้แก่ผู้ไปเที่ยวชมในราคาถูก

**4.3.6 งานประเพณีลอยพระประทีปพระราชทาน “สิบสองเพ็ง
ไทสกล”** จัดขึ้น ณ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ สกลนคร ซึ่งมีสะพานทองเป็นสะพานน้ำโบราณก่อสร้าง
พร้อมกันกับพระธาตุเชิงชุม เพื่อประกอบพิธีกรรมต่างๆ ทั้งนี้จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับ
พระราชทานพระประทีปและกระทงพระราชทานจากพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์มาเป็นประจำทุกปี
มีการเริ่มต้นขบวนอัญเชิญพระประทีปพระราชทานจากศูนย์ราชการจังหวัดสกลนครไปยังสวนสมเด็จพระ
ศรีนครินทร์ สกลนคร โดยข้าราชการชั้นผู้ใหญ่จะเป็นผู้นำขบวนแห่อัญเชิญพระประทีป
หลังจากนั้นจะมีการอัญเชิญกระทงพระราชทานไปประดิษฐานที่แท่นรองรับที่จัดไว้หน้าพระบรมฉายา
ลักษณ์ทุกพระองค์ ณ มณฑลพิธีสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ สกลนคร มีการกล่าวคำบูชาพระประทีป
และกระทงและผู้อัญเชิญจะอัญเชิญพระประทีปของทุกพระองค์ลงลอยในสะพานทอง ตามลำดับ

4.3.7 งานประเพณีแห่ดาวเทศกาลคริสต์มาสจังหวัดสกลนคร
จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงเทศกาลคริสต์มาสเพื่อเฉลิมฉลองการบังเกิดมาของพระเยซูเจ้า โดยจะมี
การประดับตกแต่งรถดาวอย่างสวยงามตระการตา กว่า 200 คัน ในวันที่ 23 และ 24 ธันวาคม จะเริ่ม
แห่รอบชุมชนท่าแร่ ซึ่งเป็นชุมชนชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีกิจกรรม
ต่างๆ มากมาย อาทิ ชุมนประติมากรรม ดาว ถนนคนเดิน การแสดงละครเทวดา การแห่ดาวแบบดั้งเดิมของ
ชุมชนท่าแร่ด้วยดวงดาวน้อยใหญ่ที่ถืออยู่ในมือ พิธีบูชามิสซา ณ อาสนวิหารอัครเทวดามิคาแอล
นอกจากนั้น ยังมีกิจกรรมนั่งรถรางชมเมือง สัมผัสบรรยากาศตะวันรอนที่หนองหาร ชมสถาปัตยกรรม
อาคารบ้านเรือนเก่าแบบโคโรเนียลที่ประดับตกแต่งด้วยดวงดาวระยิบระยับสวยงามส่วนในวันที่ 25
ธันวาคม จะจัดขึ้นในตัวเมืองสกลนคร โดยเริ่มจากบริเวณหน้าลานพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 5
ศูนย์ราชการจังหวัดสกลนคร แห่รอบตัวเมืองไปยังบริเวณจัดงาน ณ สำนักมิสซังโรมันคาทอลิกท่าแร่-
หนองแสง (โรงเรียนเซนต์ยอแซฟ สกลนคร) ซึ่งภายในงานจะมีการแสดงดนตรีบนเวที การสาธิตทำ
ดาว การจำหน่ายอาหารและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน การแสดงนิทรรศการขององค์กร หน่วยงานและ
ชุมชนต่างๆ พร้อมชมการแสดงละครเทวดาวันคริสต์มาสภพ จินตลีลาประกอบเพลง การร้องเพลง
ประสานเสียงเพลงคริสต์มาสและชมพลุไฟเฉลิมฉลองเทศกาลคริสต์มาสอันตระการตา เป็นที่
ประทับใจของนักท่องเที่ยว

4.3.8 งานมหกรรมข้าวฮางโลก จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้าง
มูลค่าเพิ่มแก่ข้าวฮางสกลนครภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว
ผู้แปรรูป และผู้จำหน่ายข้าวฮางทั้งระบบ เสริมสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภคข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี
รวมทั้งสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการข้าวฮางหอมทองสกลทวาปีได้ขยายตลาด พัฒนาประสิทธิภาพการ
ผลิตข้าวฮางจากต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ที่สำคัญเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้าวฮางของสกลนคร

ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ภายในงานมีกิจกรรมหลากหลาย อาทิเช่น การประกวดผลิตภัณฑ์จากข้าวฮาง การจัดนิทรรศการของส่วนราชการ และกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เป็นต้น

4.3.9 งานตรุษไทยสกล คนจีน เวียดนาม จัดเป็นประจำทุกปี

ในช่วงเทศกาลวันตรุษจีน เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองวันขึ้นปีใหม่ของชาวจีนและเวียดนาม และสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีพิธีกรรมของพี่น้องชาวไทยเชื้อสายจีนและเวียดนามให้ยังคงสืบเนื่องต่อไป โดยมีกิจกรรมภายในงาน ได้แก่ พิธีไหว้เจ้าเสริมมงคลปีใหม่จีน พิธีไหว้เจ้าแม่กวนอิม ขบวนแห่วัฒนธรรมที่สวยงามตระการตา การเชิดสิงโตมังกรที่ตื่นตาตื่นใจ การแสดงศิลปวัฒนธรรม 3 เชื้อชาติ พร้อมอื้อออร่อยในถนนอาหารวัฒนธรรมสามสัมพันธ์ 3 เชื้อชาติ ไทย จีน เวียดนาม

4.4 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดสกล

การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสกล นครพนม และมุกดาหาร มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกันทั้ง 3 จังหวัด จังหวัดสกลนครมุ่งเน้นการเผยแพร่ความเป็น “เมือง 3 ธรรม” คือ ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม เช่นเดียวกับจังหวัดนครพนม และมุกดาหารที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกัน ดังนี้

4.4.1 ด้านธรรมะ จังหวัดสกลนครมีพระธาตุเชิงชุม วัดป่า

สุทธาวาส และพิพิธภัณฑพระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมทำบุญไว้พระสามารถท่องเที่ยวได้ตามเส้นทางหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ซึ่งทางจังหวัดสกลนครได้ดำเนินการจัดทำเส้นทางตามรอยหลวงปู่มั่นไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีสถานที่ที่สำคัญคือ วัดป่าวิสุทธิธรรม วัดป่านาจนิมิตต์ วัดศรีคุณไชย วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร วัดป่าหนองไผ่ วัดป่าบ้านหนองผือ วัดป่ากลางโนนภู วัดป่าอุดมสมพร วัดป่าสุทธาวาส สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดนครพนมที่มีพระธาตุพนม ซึ่งมีความสำคัญระดับประเทศ อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปไหว้พระธาตุประจำวันเกิดทั้ง 7 พระธาตุ คือ พระธาตุพนม พระธาตุเรณู พระธาตุศรีคุณ พระธาตุมหาชัย พระธาตุประสิทธิ์ พระธาตุท่าอุเทนพระธาตุนคร เช่นเดียวกับจังหวัดมุกดาหาร มีเจดีย์บุทองกิตติ วัดป่าวิเวกวัฒนาราม เป็นที่เก็บรักษาพระบรมสารีริกธาตุขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้า และพระธาตุของพระอรหันต์สาวกของพระองค์ และสถานที่สำคัญอีกหลายแห่ง

4.4.2 ด้านธรรมชาติ จังหวัดสกลนครเป็นที่ตั้งของอุทยาน

แห่งชาติ 3 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติภูพาน อุทยานแห่งชาติภูผายล และอุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก สามารถเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวไปยังอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งเป็นแนวเดียวกันกับเทือกเขาภูพาน และยังมีภูมโนรมย์ เป็นจุดชมวิวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เมื่อออกจากมุกดาหารแล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังอุทยานภูลังกาจังหวัดนครพนม เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และยังมีแม่น้ำโขงที่มีความสำคัญของทั้ง 2 จังหวัด นครพนมและมุกดาหาร เป็นสถานที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เช่นเดียวกับจังหวัดสกลนคร

มีทะเลสาบหนองหารที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวสามารถชมทัศนียภาพที่สวยงาม และศึกษาวิถีชีวิตผู้คนรอบๆ หนองหาร

4.4.3 ด้านวัฒนธรรม กลุ่มจังหวัดสนุกทั้ง 3 จังหวัด มีวัฒนธรรมที่คล้ายกันตามประเพณีฮีต 12 คอง 14 ซึ่งเป็นประเพณีที่ชาวอีสานปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงมีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่คล้ายกัน เช่น ภูไท ไทกะเลิง ไทย้อ ไทลาว งานประเพณีที่สำคัญของจังหวัดสกลนครคือประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ซึ่งจะจัดในช่วงเทศกาลออกพรรษา เช่นเดียวจังหวัดนครพนมที่มีการจัดประเพณีไหลเรือไฟ และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งมีการจัดการแข่งขันเรือยาวออกพรรษาไทย - ลาว ในช่วงเดียวกันเป็นประจำทุกปี

4.5 สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ปี พ.ศ. 2561 พบมีนักท่องเที่ยว จำนวน 1,343,345 คน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.33 จำแนกเป็นคนไทย จำนวน 1,337,758 คน และชาวต่างประเทศ จำนวน 5,587 คน จังหวัดสกลนครมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบจากปีที่ผ่านมา ส่งผลให้จังหวัดสกลนครมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นกัน นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ปัจจัยส่วนหนึ่งเนื่องจากการท่องเที่ยวตามฤดูกาล ประกอบกับการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด เช่น วัดถ้ำผาแต่น กราบสักการะพญาเต่างอย วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร นมัสการพระธาตุต่างๆ วัดป่าสุทธาวาส ถนนผ้าคราม อุทยานแห่งชาติภูพาน อุทยานบัวเฉลิมพระเกียรติ ชุมชนคาทอลิกหมู่บ้านท่าแร่ ทั้งนี้ในหลายชุมชนในจังหวัดสกลนครตื่นตัวที่จะพัฒนาหมู่บ้านของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะมีความยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด

ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยตามสถานพักแรมต่าง ๆ ในจังหวัดประมาณ 2.47 วัน นักท่องเที่ยว มีการใช้จ่ายแต่ละวันเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าของที่ระลึกประมาณ 1,104.96 บาท/คน/วัน ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 534.68 บาท/คน/วัน เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวหรือก่อให้เกิดรายได้ทั้งสิ้น 2,407 ล้านบาท สำหรับสถานพักแรม มีจำนวน 142 แห่ง มีห้องพักรวม 3,555 ห้อง

ในปี 2563 จึงมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น จัดงานอีเวนต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร การจัดรื้อเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันทั้ง 3 จังหวัดกลุ่มสนุก เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เส้นทางท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสกลนคร เมือง 3 ธรรม นั้นก็คือ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ เพิ่มศักยภาพของชุมชนสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และทุกภาคส่วน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานจังหวัด สกลนคร, 2563a)

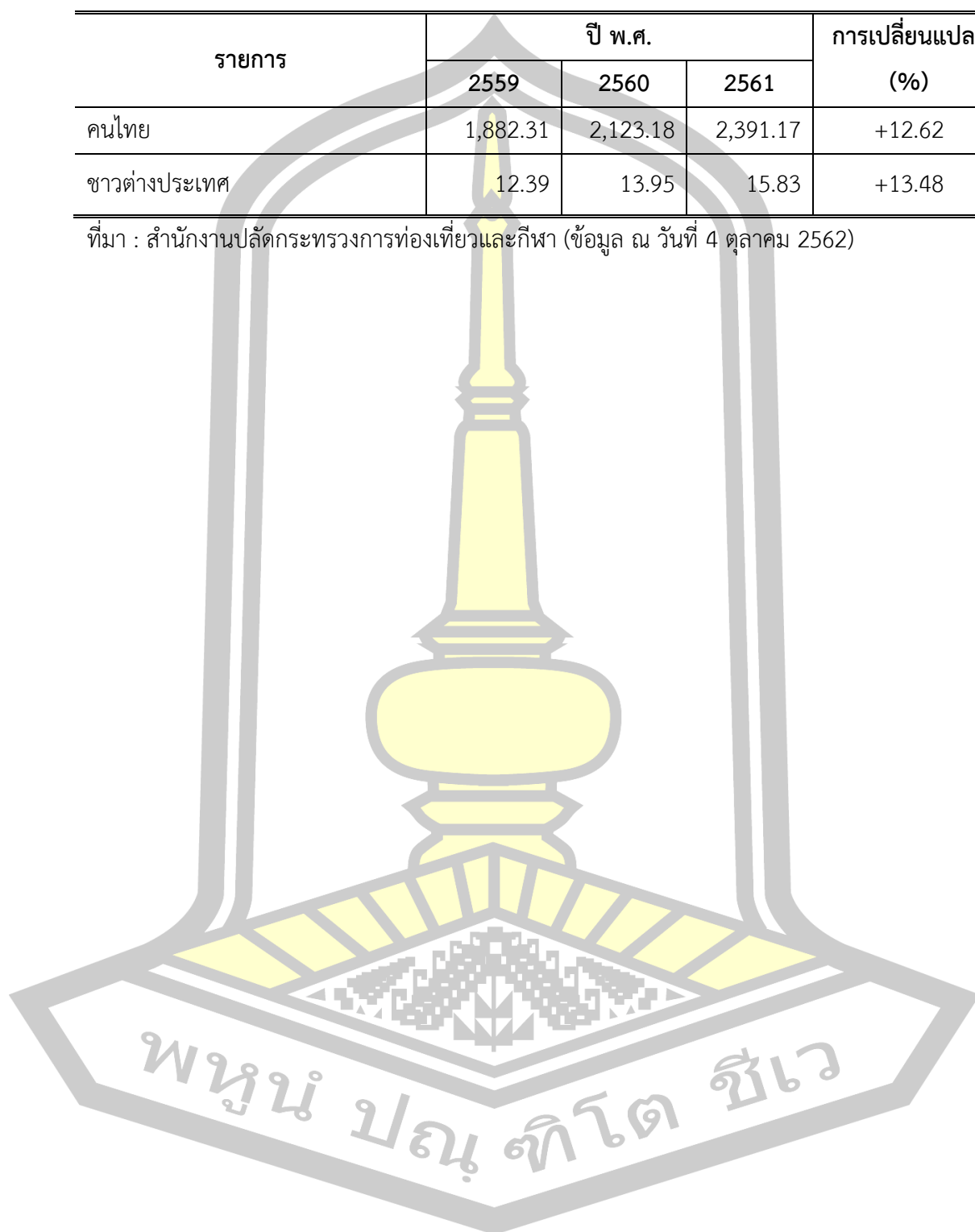
ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร

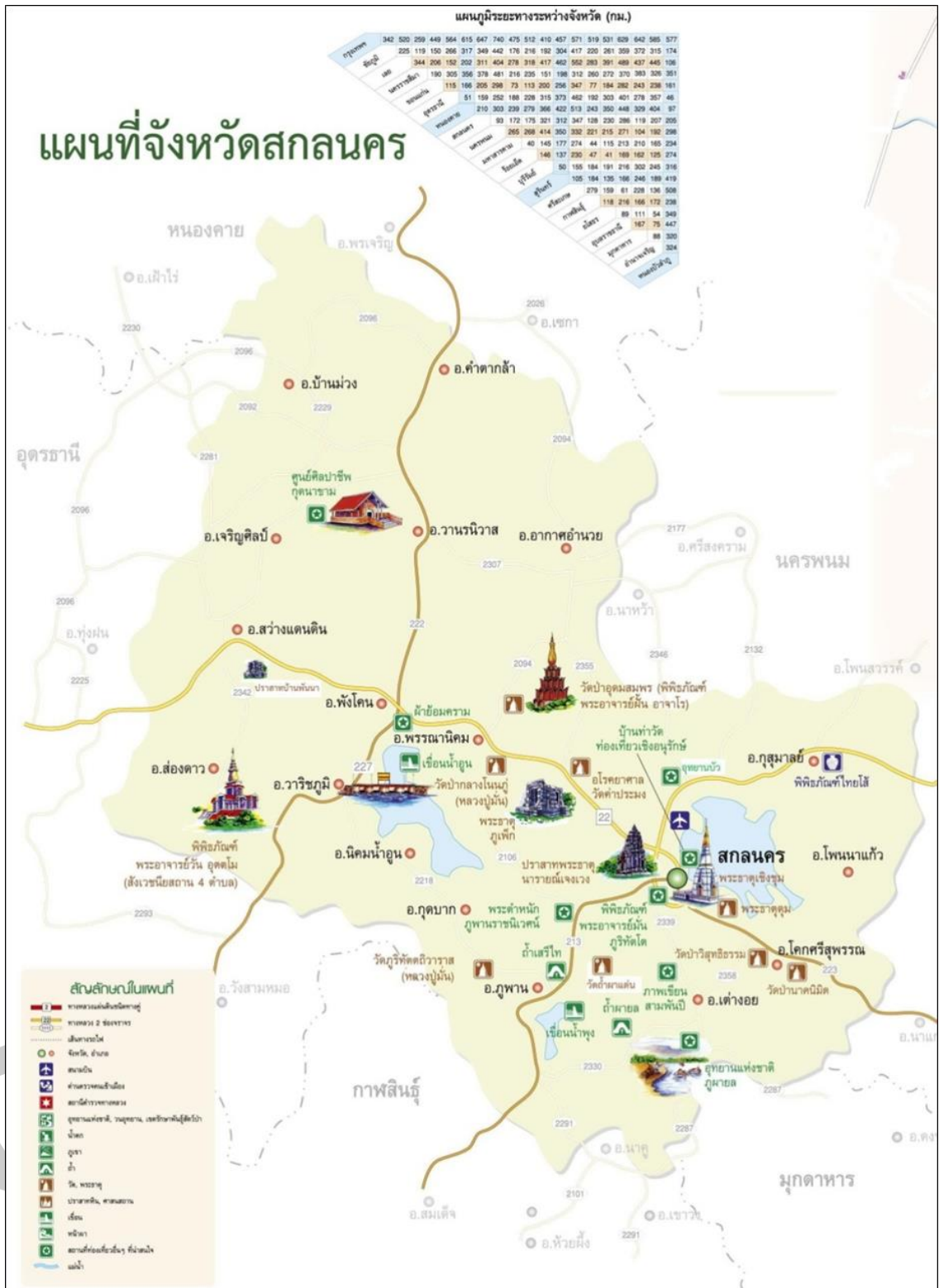
รายการ	ปี พ.ศ.			การเปลี่ยนแปลง (%)
	2559	2560	2561	
จำนวนผู้เยี่ยมชม	1,163,984	1,251,645	1,343,345	+7.33
คนไทย	1,159,050	1,246,423	1,337,758	+7.33
ชาวต่างประเทศ	4,934	5,222	5,587	+6.99
จำนวนนักท่องเที่ยว	667,123	711,035	769,450	+8.22
คนไทย	664,326	708,075	766,255	+8.22
ชาวต่างประเทศ	2,797	2,960	3,195	+7.94
จำนวนนักท่องเที่ยว	496,861	540,610	573,895	+6.16
คนไทย	494,724	538,348	571,503	+6.16
ชาวต่างประเทศ	2,137	2,262	2,392	+5.75
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย(วัน)	2.48	2.49	2.47	-0.02
คนไทย	2.48	2.49	2.47	-0.02
ชาวต่างประเทศ	2.92	2.95	2.95	0
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย(คน/วัน/บาท)				
ผู้เยี่ยมชม	880.21	924.19	792.14	+5.19
นักท่องเที่ยว	995.12	922.54	1,104.13	+5.32
นักท่องเที่ยว	497.31	517.15	534.68	+3.39
รายได้จากการท่องเที่ยว(ล้านบาท)				
ผู้เยี่ยมชม	1,894.70	2,137.13	2,407	+12.63

ตาราง 2 (ต่อ)

รายการ	ปี พ.ศ.			การเปลี่ยนแปลง (%)
	2559	2560	2561	
คนไทย	1,882.31	2,123.18	2,391.17	+12.62
ชาวต่างประเทศ	12.39	13.95	15.83	+13.48

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 4 ตุลาคม 2562)





ภาพประกอบที่ 12 แสดงแผนที่ที่ท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร
ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร (ข้อมูล ณ วันที่ 4 ตุลาคม 2562)

5. ข้อมูลด้านศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี

5.1 ด้านศาสนา

จังหวัดสกลนคร มีวัดที่ถูกต้องจำนวนทั้งสิ้น 1,166 วัด เป็นสำนักสงฆ์ 796 วัดเป็นวัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา 354 วัด และมีที่พักสงฆ์ จำนวน 614 แห่ง จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าวัดในจังหวัดสกลนครมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากประชาชนในจังหวัดสกลนคร มีจิตเลื่อมใส ศรัทธาในพระพุทธศาสนา จึงมีการสร้างวัดและยกที่พักสงฆ์ให้เป็นวัดที่ถูกต้องเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ยังมีวัดหลายแห่งในจังหวัดสกลนคร ขาดการบูรณปฏิสังขรณ์เสนาสนะ ถาวรวัตถุ มีความชำรุดทรุดโทรม ซึ่งสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติได้จัดสรรเงินงบประมาณเพื่อบูรณปฏิสังขรณ์วัดให้ แต่ยังไม่เพียงพอในการทำงานบำรุง

จังหวัดสกลนคร มีพระธรรมทูต พระนักเผยแผ่ พระนักเทศน์ รวมทั้งสิ้น 117 รูป ซึ่งมีศักยภาพในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา แต่ยังไม่มีความชัดเจนในการเผยแผ่ เช่น หลักสูตรที่ตรงกับผู้เข้าอบรมปฏิบัติธรรม

จังหวัดสกลนครมีวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ จำนวน 22 วัด ทุกวัดมีโครงสร้างพื้นฐาน เสนาสนะ ถาวรวัตถุ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทางธรรมะได้ แต่มีข้อจำกัดคือเจ้าอาวาสวัดบางแห่งต้องการความสงบ จึงไม่สะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระสายวัดป่า

5.2 ด้านวัฒนธรรม และประเพณี

จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีรากเหง้าทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และธรรมชาติที่งดงาม ตลอดจนเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่น ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าค้นหา อีกทั้งสกลนครเป็นเมืองที่มีวัดทั้งที่เป็นโบราณสถานเก่าแก่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และ วัดที่มีเกจิอาจารย์สายวิปัสสนากรรมฐาน เคยพรรษาอยู่หลายแห่ง ดังคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “พระธาตุเชิงชุมคู่บ้าน พระตำหนักภูพานคู่เมือง งามลือเลื่องหนองหาร แลตระการปราสาทผึ้ง สวยสุดซึ้งสาวภูไท ถิ่นมั่นในพุทธธรรม”

5.3 โบราณสถานโบราณวัตถุและโบราณคดี

5.3.1 โบราณสถานโบราณวัตถุและโบราณคดี พระธาตุภูเพ็ก

(ต.นาหว้าบ่อ อ.พรรณานิคม) พระธาตุคูม (ต.จั่วด่อน อ.เมืองสกลนคร) พระธาตุนารายณ์เจงเวง (อ.เมืองสกลนคร) พระธาตุเชิงชุม (อ.เมืองสกลนคร) สะพานขอม (อ.เมืองสกลนคร) เจดีย์หิน (อ.สว่างแดนดิน) แหล่งโบราณคดีบ้านดอนธงชัย (อ.สว่างแดนดิน) วัดทุ่งป่าผาง (อ.โพนนาแก้ว) กู่พันนา (อ.สว่างแดนดิน) วัดดำน่ม่วงคำ (อ.โคกศรีสุพรรณ) ดอนหินหลัก (อ.เต่างอย) วัดป่าอุดมพัฒนา (อ.เต่างอย) พระเจดีย์ (พระธาตุอุโมงค์) ธาตุดินวัดบ้านวังเวิน (อ.สว่างแดนดิน) วัดบ้านโคกคอน (อ.สว่างแดนดิน) วัดศรีธาตุการาม (อ.สว่างแดนดิน) หอไตรวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร (อ.เมือง

สกลนคร) พระธาตุอุบลมุง วัดป่าธาตุศรีทอง (อ.วานรนิวาส) กุฏิพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต วัดป่า
ภูริทัตตถิราวาส (อ.พรรณานิคม)

5.3.2 การละเล่นพื้นเมือง รำมวยโบราณ (อ.เมืองสกลนคร) รำภูไท
(อ.วาริชภูมิ) การเล่นกลองเส็ง (อ.วาริชภูมิ) การเล่นโส้ทั้งบั้ง (อ.กุสุมาลย์) โย้กลองเลง (อ.อากาศ
อำนวย) รำหางนกยูง (อ.เมืองสกลนคร)

5.3.3 ขนเผ่าพื้นเมือง จังหวัดสกลนครประกอบด้วยชนพื้นเมือง จำนวน
6 เผ่า ได้แก่

- 1) เผ่าไทลาว ประกอบด้วย อำเภอเจริญศิลป์/สว่างแดนดิน/
ส่องดาว/คำตากล้า
- 2) เผ่าไทกะเลิง ประกอบด้วย อำเภอกุศบาก/ภูพาน/นิคมน้ำอูน
- 3) เผ่าไทย้อ ประกอบด้วย อำเภอเมืองสกลนคร/เต่างอย/
โพนนาแก้ว/โคกศรีสุพรรณ
- 4) เผ่าไทโส้ ประกอบด้วย อำเภอกุสุมาลย์
- 5) เผ่าภูไท ประกอบด้วย อำเภอวาริชภูมิ/พรรณานิคม/พังโคน/
บ้านม่วง
- 6) เผ่าไทย้ย ประกอบด้วย อำเภออากาศอำนวย/วานรนิวาส

5.3.4 แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ภูพานจังหวัดสกลนคร
(อำเภอเมืองสกลนคร) ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร (มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร) (อำเภอเมือง
สกลนคร) ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านห้วยภูพาน วัดภูดินแดง (หลวงปู่ภูพาน) (อำเภอเมืองสกลนคร)
ศูนย์วัฒนธรรมบ้านโนนหอม (อำเภอเมืองสกลนคร) ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชเทศบาลตำบลอากาศ
อำนวย (อำเภออากาศอำนวย) ศูนย์วัฒนธรรมไทโส้ (อำเภอกุสุมาลย์) ศูนย์วัฒนธรรมไทเลิง (อำเภอ
กุศบาก) ศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรมในสถานศึกษา 183 แห่ง ชุมชนคุณธรรม (พลังบวร) จำนวน 74
แห่ง

5.3.5 ชาวไทยเชื้อสายต่าง ๆ 2 เชื้อชาติ ชาวไทยเชื้อสายจีน และชาว
ไทยเชื้อสายเวียดนาม

5.3.6 พิธีกรรมความเชื่อ รำผีหมอ หรือคล่องช้าง อำเภอกุศบาก จังหวัด
สกลนคร และรำหมอเหยาบ้านโนนหอม อำเภอเมืองสกลนคร/กุศบาก/วานรนิวาส

**5.3.7 รายการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น
มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ** 1) สาขาศิลปะการแสดง ได้แก่ รำมวยโบราณ 2) สาขา
งานช่างฝีมือดั้งเดิม ประเภทงานศิลปกรรมพื้นบ้าน ได้แก่ ปราสาทผึ้ง และ 3) สาขาแนวปฏิบัติทาง

สังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล ประเภทชนบทธรรมเนียมประเพณี ได้แก่ แหล่งปราสาทผึ้ง (สำนักงาน
จังหวัดสกลนคร, 2563a)

จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครข้างต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดสกลนครนั้นมี
ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และ
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ใน
จังหวัดสกลนครด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่
เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน และคน
ไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าแต่ละเชื้อชาติมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สืบทอดต่อกันมา โดยการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการสนับสนุนจากทางราชการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเพื่อที่จะหา
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความคำว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม"
(Cultural tourism) ที่ใกล้เคียงกัน พอสรุปได้ดังนี้

(วัลย์ลิกา เจริญศิลป์, 2562) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การ
ท่องเที่ยวในการแสวงหาประสบการณ์เกี่ยวกับ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน
ประวัติศาสตร์ ศาสนา และประเพณีวัฒนธรรม เกี่ยวกับความเป็นมาในอดีตเพื่อสนองต่อความ
ต้องการของนักท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548a) กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural
tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม
ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของ
สังคม"

(K. R. Hitchcock, 1997) กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยว
ได้ซึมซับและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตผ่านสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็น เช่น งานหัตถกรรม สิ่ง
ปลูกสร้าง ที่อยู่อาศัย เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแต่งกาย เป็นต้น"

สอดคล้องกับแนวคิดของ (กรมการท่องเที่ยว, 2556; สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว,
2556) และ (ภักดีนิษา อภิศุกรกุล และคณะ, 2550) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด
โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึง

ความเจริญรุ่งเรือง ที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยว จะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลใน อดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานหรือเพื่อศึกษาเรียนรู้และหาประสบการณ์ ในสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ ความงามทางวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด ประเพณี รวมถึงการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดสกลนคร เป็นการสร้างรายได้ให้แหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และเป็นการรักษาวัฒนธรรมของชุมชนให้คงไว้สืบไป

2. คุณลักษณะของวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กล่าวว่า มนุษย์สร้างวัฒนธรรมสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลานับพันปี วัฒนธรรมย่อมมีความซับซ้อนจากการสะสมภูมิปัญญาของยุคสมัยต่างๆ ฉะนั้นต้องพิจารณาลักษณะสำคัญ 3 ประการของวัฒนธรรม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548) ดังนี้คือ

2.1 วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นองค์รวม ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ซึ่งสัมพันธ์กัน เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ดังกล่าว นักสังคมศาสตร์ได้จัดแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆคือ

2.1.1 วัฒนธรรมเกี่ยวกับครอบครัวและความเชื่อ

2.1.2 แบบแผนการทำมาหากิน

2.1.3 การจัดระเบียบทางการเมือง-การปกครอง

2.1.4 เรื่องราวของศาสนาความเชื่อ

ลักษณะพื้นฐานของวัฒนธรรมเช่นนี้เป็นสิ่งสากลที่พบได้ในสังคมมนุษย์ทุกแห่งหนองค์ประกอบพื้นฐานของวัฒนธรรมที่กล่าวมาล้วนเกี่ยวข้องต่อกันอยู่เสมอ การที่องค์ประกอบส่วนหนึ่งส่วนใดไม่ทำหน้าที่เกื้อหนุนกับองค์ประกอบอื่นย่อมส่งผลกระทบต่อระบบใหญ่หลวงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สภาพเช่นนี้นำมาซึ่งความสับสนและความขัดแย้ง บทบาทหน้าที่แต่ละส่วนของวัฒนธรรมมีต่อกันจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ ดังจะอธิบายได้จาก ประเพณีการแห่นางแมวและงานบุญบังไฟที่จัดขึ้นมากก็เพื่อความอุดมสมบูรณ์จากดินฟ้าอากาศ ขณะที่การรดน้ำคำหัวผู้ใหญ่ในเทศกาลสงกรานต์หรือการเซ่นไหว้บรรพบุรุษในวันตรุษจีนก็สัมพันธ์กับการกระชับความสัมพันธ์ของสมาชิกในวงศ์ตระกูล

2.2 วัฒนธรรมแต่ละแห่งต่างมีความหมายเฉพาะของตน ผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมมีเหตุผลต่อการแสดงออกในวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมานั้นนานที่สามารถอธิบาย

ได้ว่า การไหว้ผีตะกวดของชาวเขมร จังหวัดสุรินทร์หรือการรำผีมอญของชาวยุโรปในจังหวัดต่างๆ มีความสำคัญอย่างไรต่อการคงอยู่ของกลุ่มตน

2.3 วัฒนธรรมเกิดจากการลอกเลียนแบบอย่างที่มีมาก่อนหน้า คนชั้น

หลังจะปรับเปลี่ยนรูปแบบวัฒนธรรมที่รับมาให้เข้ากับเงื่อนไขตามยุคสมัยของตน การเปลี่ยนแปลงและสืบเนื่องของวัฒนธรรมจึงเป็นปรากฏการณ์สากล เช่น รูปลักษณ์ของอักษรไทยที่ใช้ในปัจจุบันจึงแตกต่างไปจากอักษรไทยสมัยพ่อขุนรามคำแหงบ้าง ขณะที่อาหารการกิน บ้านเรือนที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรคย่อมมีความหลากหลายกว่าแต่ก่อน

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับคุณลักษณะของวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “คุณลักษณะของวัฒนธรรม” ต้องพิจารณาลักษณะสำคัญ 3 ประการ ประกอบด้วย วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นองค์รวม วัฒนธรรมแต่ละแห่งต่างมีความหมายเฉพาะของตน และวัฒนธรรมเกิดจากการลอกเลียนแบบอย่างที่มีมาก่อนหน้า

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548b) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ฉะนั้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้าน ซึ่งอิงตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังต่อไปนี้ คือ

3.1 องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวใน

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจที่ The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC โดย เกรก ริชาร์ด (Greg Richards, 2005, 2007) กล่าวถึงไว้ 10 ประการ ได้แก่

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- 1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
- 1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ

1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

3.2 องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมโดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในกาอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3.3 องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนเป็นกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

3.4 องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพโดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้ รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

3.5 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

3.6 องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในกรอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

เฮนเดอสัน (Joan Henderson, 2009) กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

1. โบราณคดี พิพิธภัณฑสถานต่างๆ
2. สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง และซากปรักหักพังในอดีต
3. ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่างๆ
4. ดนตรี การแสดงละครมหรสพต่างๆ
5. ภาษาและวรรณกรรม
6. ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
7. วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมย่อย

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษา สิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และองค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ควรมีการพัฒนาเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

4. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(Melanie Kay Smith, 2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ที่ประกอบด้วย 4 ลักษณะสำคัญได้แก่ พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งเป็นมรดก (Heritage) ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรมหรือโบราณคดี พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งความเป็นประวัติศาสตร์ (History) จะเป็นแหล่งให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นประวัติศาสตร์ พื้นที่ประเภทที่มีปรากฏเป็นร่องรอยชุมชนการอยู่อาศัย (Habitat) จะสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนวิถีชีวิต และพื้นที่ประเภทที่มีงานศิลปหัตถกรรม (Handicraft) จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทงานศิลปะประเพณี สอดคล้องกับ โกลเนอร์ และริชชี (Goeldner, 2009) และราชาชาต ราช, เควิน กริฟฟิน และ นิเกล มอร์เพท (R., 2013) ที่แสดงทัศนะว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีหลายประเภทตามลักษณะทรัพยากรในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เป็นประวัติศาสตร์ ศิลปะงานเทศกาล ดนตรีการแสดงต่างๆ ตลอดจนประเพณีวิถีวัฒนธรรมที่ปรากฏ

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผศ.บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ระบุไว้มี 5 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่นบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ ศึกษาความเชื่อพิธีกรรมต่างๆ ให้ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural tourism / village tourism)

หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษโดดเด่นให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ ศึกษางานสร้างสรรค์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) หมายถึง การเดินทางไป

ท่องเที่ยวยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทำให้ได้ประสบการณ์ใหม่ สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health tourism)

หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า อบ-ประคบสมุนไพร ฝึกกายบริหารฝึกลมหายใจ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2548) ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น 2 ระดับ คือ

1. วัฒนธรรมตามอุดมคติ คือสิ่งที่ควรจะเป็นจริงตามกฎระเบียบ แนวทาง และความคาดหวังที่มีต่อโบราณสถาน เช่น วัดเป็นสิ่งที่เคยใช้หรือใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เครื่องปั้นดินเผาที่ขุดพบในบริเวณหลุมฝังศพก็ควรเป็นสิ่งที่อุทิศให้แก่ผู้ตาย จิตรกรรมฝาผนังอุโบสถที่เล่าเรื่องพุทธประวัติและนรกสวรรค์คือ ห้องเรียนที่สอนศีลธรรมจรรยาและบาปบุญคุณโทษ

การให้ความหมายระดับอุดมคติจะปรากฏอยู่ในขั้นต้นเมื่อจะหาคำตอบ อธิบายให้กับสิ่งต่างๆ รอบตัว ความหมายในอุดมคติของบางสิ่งบางอย่างมีนัยถึงความดีงามเลิศเลอ และควรรักษาไว้ในฐานะ "ของสูง" สิ่งเหล่านี้มีจำนวนน้อยจึงต้องสงวนไว้ให้กับผู้ที่คู่ควรหรือผู้มีบุญบารมีเท่านั้น

2. วัฒนธรรมตามสภาพที่เป็นจริง อาจกล่าวอย่างสรุปได้ว่า ในสภาพที่เป็นจริงสิ่งเดียวกันอาจมีความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายในอุดมคติ เห็นได้จากตัวอย่างการบูรณปฏิสังขรณ์อุทยานแห่งชาติเพื่อปรับเปลี่ยนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสมบัติของส่วนบุคคล หรือการนำเอาโบราณวัตถุมาเป็นสินค้าแทนที่จะสงวนรักษาไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อคนรุ่นหลัง

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผู้วิจัยสรุปได้ว่า “ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” มี 5 ประเภท ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural tourism / village tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health tourism)

5. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2557) ได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมออก 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ ผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้น โดยตนเองมีได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนของชนเผ่า ศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ วิสัยทัศน์ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่างๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่า ตัวอย่างเช่น บ้านกะเหรี่ยงทิโพจี จังหวัดตาก บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2. แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบการหัตถกรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษาความหลากหลายของวัฒนธรรม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประเพณี และการได้ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจ ตัวอย่างเช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเป็นการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม และประเพณีซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและ

วัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว สรุปลงจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” มี 2 ประเภท ประกอบด้วยแหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ซึ่งสกลนครเป็นเมืองเก่าที่มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่ เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าแต่ละเชื้อชาติมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดต่อกันมา และแหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง จังหวัดสกลนครมีงานประเพณีที่สำคัญ เช่น งานนมัสการองค์พระธาตุเชิงชุมและหลวงพ่อบุญรอดแสน งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ฯลฯ อีกทั้งมี งานหัตถกรรมที่น่าสนใจ เช่น การทอผ้า การทอเสื่อ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

1. ความหมายประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

(ตรรชนี เอมพันธุ์ และเรณูภา รัชโน, 2550) ได้อธิบายถึงการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นการบ่งชี้ความสามารถและความพร้อม ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งเป็นการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีที่มีแหล่งท่องเที่ยว กระจายอยู่ในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาเป็นจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะถูกจัดให้อยู่ใน ลำดับต้นของการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่ง หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพ ของตัวแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถ ดึงดูดใจ และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และประเด็น ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับ การบริการนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548b) ได้ให้ความหมายของคำว่า ศักยภาพของการ ท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการ ท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความประทับใจ และ 4) องค์ประกอบของการบริการ

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว” คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

2. กรอบแนวคิดและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นด้วย (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2557) ได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิต และภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมและจากการที่วัฒนธรรมเปนมรดกทางสังคมของมนุษย์ ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็น อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้
- 1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
- 1.3 ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม
- 1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้

ต่อเนื่อง

- 1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้

1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น

1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3
ดัชนีชี้วัด ได้แก่

2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

3.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและการจัดการด้านการท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดีแล้วรับผิดชอบพื้นที่ในการส่งเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3. การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคมพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการ และร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด
ได้แก่

- 1) การจัดการ ด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่
- 3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอัน

เนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 3) การจัดการด้านการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก
- 4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- 5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

(วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550)ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนด
ศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง
ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทาง
ธรรมชาติและวิถีชีวิต

2.2 ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะ
การเดินทางระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถาน
บริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย

2.4 สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศระบบนิเวศ
และสภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

2.5 ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัด
ทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.6 ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว
และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ จารุจัน
กลิ่น ดีปาลี (วิภา ศรีระทุ, 2551) โดยต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบ
ด้านพื้นที่ คือ การ ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็น

เอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรม และ กระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” มี 3 องค์ประกอบ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ซึ่งก่อนที่จะมีการพัฒนาหรือส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพในปัจจุบันก่อน จึงจะทราบได้ว่าจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในทิศทางใด และผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้สำหรับทำการศึกษาค่าข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

1. ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2555) ศุภลักษณ์ อัครางกูร กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพุดติหรือ ปฏิบัติของนักท่องเที่ยวการแสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะ เป็นคำพูด การกระทำสีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจ คล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน หรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

(ชวัลนุช อุทยาน, 2563) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้ง ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยที่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

(สุรรัตน์ เตชาทวีวรรณ, 2545) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใดๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่านิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่า นิสัย ตรงกับ ภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรืออเมริกัน เรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่าการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการหรือการแสดงออก

(สุรรัตน์ เตชาทวีวรรณ, 2545) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior จึงหมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำนักท่องเที่ยวกลุ่มชน (ชาติ) นั้นๆ

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
2. การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว
3. การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด
4. การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
5. การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

การวางแผนและดำเนินการใดๆ ก็ตาม หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตลาดที่เป็นเป้าหมาย (Target market) ความต้องการ (Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากและอาจเกิดปัญหาตามมา ดังนั้น จึงนับได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผล (Rationality) หรือก็คือการใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์ (Analysis) องค์ประกอบ (Components) ของพฤติกรรมที่แสดงออกมาและที่อาจจะมีขึ้นในอนาคตมาคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น โดยเหตุนี้การที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลกรในองค์กรนั้นๆ ว่ามีประสบการณ์และรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการดำเนินการอย่างไร

สรุปจากความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยง” หมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยงแสดงออกมา ทั้งที่บุคคลอื่นรับรู้ได้และไม่สามารถรับรู้ได้ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยง เช่น ที่รับรู้ได้คือการกระทำ ที่รับรู้ไม่ได้คือความรู้สึกนึกคิด ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยงในการตัดสินใจท่องเที่ยง

2. องค์ประกอบของพฤติกรรม

(ปารีฉัตร อัจจะนิล, 2554) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้ว ย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

สรุปจากองค์ประกอบของพฤติกรรม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “องค์ประกอบของพฤติกรรม” มีความมุ่งมั่น ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ได้รับ

หรือผลที่ตามมา ปฏิบัติต่อความผิดหวัง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญของพฤติกรรมของมนุษย์

3. ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์

(วัชรารณณ์ รัชย์ศรี, 2551) กล่าวว่า ประเภทของ พฤติกรรมว่า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. พฤติกรรมภายใน (Covert behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มีใจเจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ก็โดยสันนิษฐานหรือคาดเดาเท่านั้นเอง พฤติกรรมภายในนั้นเป็นกระบวนการการทำงานของสมอง (Mental process) ซึ่งหมายถึง ขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่างๆ เช่น การคิด การตัดสินใจ ค่านิยม และแรงบันดาลใจ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยัง 모르ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัยการสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

สรุปจากประเภทพฤติกรรมมนุษย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “ประเภทพฤติกรรมมนุษย์” มีอยู่ 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายในเป็นสิ่งที่อยู่ภายในของตัวบุคคลไม่สามารถแสดงออกให้ผู้อื่นรับรู้ได้ เช่น การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายนอก คือ พฤติกรรมภายนอกของตัวบุคคลที่สามารถแสดงออกให้ผู้อื่นรับรู้ได้ เช่น สีหน้า การพูด ท่าทาง

4. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ, 2545) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ควรทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งขึ้นกับสภาพสังคมที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึง ปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักถูกจัดอันดับต้นๆ เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านที่พักจะใช้บริการที่พักในโรงแรมระดับสี่ดาวถึงห้าดาว ด้านอาหารจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือภัตตาคาร ด้านนันทนาการจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมระดับสูง ด้านการท่องเที่ยวจะใช้บริการกับทางบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยว ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก จะเลือกซื้อที่อยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่ม

ประเทศพื้นฐานไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งด้วย จึงมักมีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยว โดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือกว่าหนึ่งพันล้านคน ผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีพอในการเดินทางท่องเที่ยวได้ย่อมอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานานๆ เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือ แหล่งบันเทิงในร่ม (In house Entertainment) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

4. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น รัฐบาลอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากอีกทั้งยังมีศาสนาสถานที่สำคัญของศาสนาคริสต์ที่นักแสวงบุญต้องการเดินทางด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดอะไรขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

5. ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิวัฒนาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต

หรือสื่อทางดาวเทียมและอื่นๆ ปัจจัยด้านสื่อสารมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม เช่น เหตุการณ์เมื่อกกลางเดือน มีนาคม พ.ศ. 2541 เมื่อทางกระทรวงสาธารณสุขช่งงงที่เดินทางกลับบ้านจากประเทศไทยได้ติดเชื้อหวัดกโรค ทำให้เสียภาพพจน์ด้านการท่องเที่ยวของไทยตกต่ำไปในทันที ทั้งที่ในความเป็นจริงประเทศไทยได้ปลอดภัยจากเชื้อหวัดกโรคแล้วกว่า 20 ปี

6. ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางทันที อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว

7. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสารอันได้แก่ ระบบการจองสำรองที่นั่งเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวก รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมกรซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

สรุปจากปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว” ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสื่อมวลชน ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ และปัจจัยทางเทคโนโลยี

5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548b) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยาก ท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความเอกริมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือการเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจอร์รายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจ
2. ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทศคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

สรุปจากขั้นตอนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “ขั้นตอนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว” มีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) และขั้นที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว (Attitude)

6. ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการค้นหาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 Ws และ 1 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546a)

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมอย่างไรในการดำเนินชีวิต รวมถึงการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าและบริการอย่างไร ซึ่งหลักการที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์พฤติกรรม คือ หลัก 6Ws และ 1H ที่ต้องพิจารณาหลักต่างๆ เกี่ยวกับตลาดเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7Os ดังต่อไปนี้

1. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย (Who is target group?) นักท่องเที่ยว ไม่ใช่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเสมอไป วัตถุประสงค์แรกในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อหากกลุ่มที่ใช้สินค้าหรือบริการหรือมีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้ทราบลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) ที่แท้จริง รวมถึงพฤติกรรมในการซื้อและท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง ชอบเดินทาง ชอบความสะดวกมีความทันสมัย เป็นต้น

2. ลูกค้าซื้ออะไร (what does the consumer buy) หลังจากระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้แล้ว จึงทำการวิเคราะห์พฤติกรรมเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าต้องการ (Objective) เช่น การเปิดตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นเสมือนการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่ เนื่องจากสายการบินที่ให้บริการอยู่เดิมมีราคาแพง และมีบริการบางอย่างที่ไม่จำเป็นและผู้บริโภคไม่มีความต้องการ ดังนั้น การตัดบริการบางอย่างออกไปทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด ขายได้ปริมาณมากทำให้ราคาถูกลง โดยเฉพาะในระยะทางการบินระยะเวลาสั้นๆ ไม่เกิน 2 ชั่วโมง ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้บริการได้มากขึ้น เป็นต้น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจึงซื้อการเดินทางที่รวดเร็ว ไม่ใช่ความสะดวกสบาย

3. ทำไมจึงซื้อ (Why does the consumer buy) การวิเคราะห์ จะช่วยให้ทราบถึงเหตุผลที่แท้จริง (Objective) ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อสามารถมาเป็นแนวทางในการวางแผนจุดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสามารถตอบสนองเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ เช่น จากการพิจารณากลุ่มเป้าหมายของสายการบินภายในประเทศ จะเห็นได้ว่าลูกค้าแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อเวลาเป็นหลัก ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อความสะดวกสบายเป็นหลัก มีความสามารถและยินดีที่จะจ่ายเพื่อที่จะได้รับความสะดวกสบายเพิ่มขึ้นเป็นต้น

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Whom participates in the buying?) ในการตัดสินใจซื้ออาจมีบุคคลอื่นที่มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organization) เพื่อผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาจไม่ใช่ผู้ใช้สินค้าโดยตรง อาจใช้ร่วมกันหลายคน อาจไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้ามากนักจึงต้องอาศัยผู้รู้หรือกลุ่มของผู้ซื้อเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำกรโฆษณาในการช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ ซึ่งต้องพิจารณาว่าจะใช้กลุ่มอ้างอิงใดในการเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ หรือจะเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้โดยตรง

5. ซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการในแต่ละประเภทที่แตกต่างกันตามโอกาสที่ใช้ ดังนั้นการวิเคราะห์โอกาสในการซื้อของลูกค้า (Occasion) จะช่วยให้เห็นการตลาดสามารถเตรียมรับมือในการผลิตให้เพียงพอและเตรียมแผนการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบและในช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น ดอกไม้ในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่พักรวมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บังกะโล รีสอร์ท รวมถึงบริการขนส่งต่างๆ ทั้งสายการบิน

6. ซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy) เพื่อทราบถึงแหล่งที่ลูกค้านิยมหรือสะดวกที่จะไปซื้อ (Outlets) เพื่อการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เช่น นอกเหนือการซื้อตัวเครื่องบินจากสายการบินโดยตรง ด้วยพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่มีเวลาในการเดินทางเพื่อหาซื้อตัวมากนักและต้องการความสะดวกสบายการอาศัยคนกลาง ได้แก่ บริษัททัวร์หรือบริษัทจำหน่ายตัวเข้ามาช่วยในการจัดจำหน่ายตัวและการอาศัยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าสามารถจองตัวผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น

7. ซื้ออย่างไร (How does the consumer buy) เพื่อทราบถึงการบริหารการซื้อของลูกค้า (Operation) ว่ามีขั้นตอนการซื้ออย่างไร ตั้งแต่การรับรู้ถึงปัญหา ทำการค้นหาข้อมูลเพื่อแก้ไขหรือลดปัญหานั้น ทำการประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหา และตัดสินใจซื้ออย่างไร จะช่วยให้ธุรกิจมีข้อมูลในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด เช่น กลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพฯ มีความจำเป็นและความต้องการในการ

เดินทางทำธุรกิจหรือท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตทางเลือกของกลุ่มเป้าหมาย คือ รถทัวร์ รถไฟ เครื่องบิน กลุ่มเป้าหมายจะทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติ ข้อดี ข้อเสีย ของแต่ละทางเลือก ถ้าลูกค้าต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบาย โดยไม่คำนึงถึงเรื่องราคา การบริการที่สะดวกสบาย และการเดินทางในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า จึงเป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการจูงใจลูกค้ากลุ่มนี้ แต่ถ้าลูกค้าคำนึงถึงราคาก็ควรจะมุ่งเน้นที่ราคาที่คุ้มค่าในการเดินทางเป็นหลัก เป็นต้น (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550)

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6Ws และ 1H

- 6Ws คือ WHO, WHAT, WHY, WHOM, WHEN, WHERE

- 1H คือ HOW

ตารางที่ 3 ตารางความสัมพันธ์ระหว่างคำถาม คำตอบ และกลยุทธ์ในแผนงานตลาด

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมศาสตร์	- กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาดที่ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ สินค้าและบริการ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อ คือ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกและ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยว กำหนดแนวความคิดและจุด ขายในการโฆษณา

ตาราง 3 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) (Whom participates in the buying?)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้	- กลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์การโฆษณาและการเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม (นักท่องเที่ยวนัก)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูการของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมการขายความร่วมมือระหว่างธุรกิจ (Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) โดยผ่านสถาบันการค้าส่ง สถาบันการค้าปลีก และช่องทางพิเศษอื่นๆ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) - การรับรู้ปัญหา - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลทางการเลือก - ตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546a, 2546c)

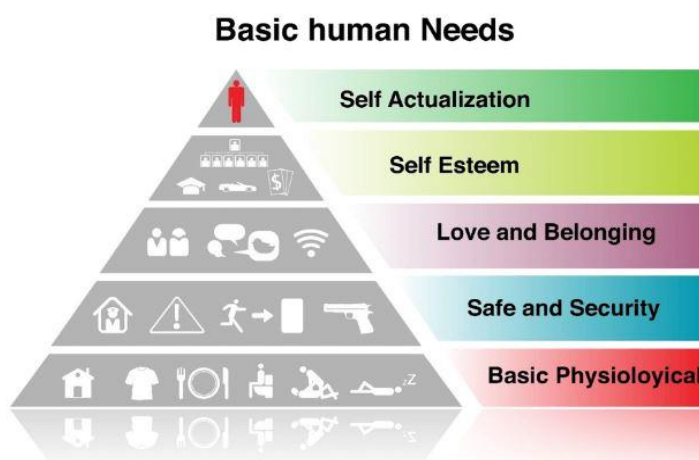
สรุปจากการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” ต้องพิจารณาหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6 Ws 1H) ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวความคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้คำถามค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) นับเป็นทฤษฎีดั้งเดิมเกี่ยวกับการจูงใจ ที่อับราฮัม เอช. มาสโลว์ (A. Maslow, 1970) ได้เสนอไว้ อาจกล่าวได้ว่าสาระสำคัญของทฤษฎีนี้ก็คือ การเน้นย้ำในเรื่องของความต้องการของมนุษย์ มนุษย์ทุกคนนั้นมีความต้องการอยู่ตลอดเวลาอย่างไม่สิ้นสุด และเป็นความต้องการที่เป็นกลุ่มจัดลำดับไว้เป็นหลั่น เช่น ความต้องการระดับชั้นที่ต่ำที่สุด ก็คือ ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ (Basic Physiological and Biological Needs) และระดับสูงที่สุดก็คือความต้องการที่จะประสบความสำเร็จหรือความต้องการประจักษ์ตน (Self-Fulfillment หรือ Self-Actualization Needs) ความต้องการต่างๆ จัดตาม ลำดับชั้นจากต่ำไปสูงได้ดังนี้

พหุบัณฑิตวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 13 ลำดับชั้นความต้องการของมาโลว์

ที่มา : <https://www.moneybuffalo.in.th/กองทุนรวม/การลงทุน-ทฤษฎี-maslow>

1.1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ชัดที่สุดจากความต้องการทั้งหมด เป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและของอินทรีย์ ความพึงพอใจที่ได้รับในขั้นนี้จะกระตุ้น ให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่า และถ้าบุคคลใดประสบความล้มเหลวที่จะสนองความต้องการพื้นฐานนี้ก็จะไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ถ้าความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่ได้รับความพึงพอใจ บุคคลก็จะอยู่ภายใต้ความต้องการนั้นตลอดไป ซึ่งทำให้ความต้องการอื่นๆ ไม่ปรากฏหรือกลายเป็นความต้องการระดับรองลงไป

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการทางด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัย หรือความรู้สึกมั่นคง (safety or security) Maslow กล่าวว่า ความต้องการความปลอดภัยนี้จะสังเกตได้ง่ายในทารกและในเด็กเล็กๆ เนื่องจากทารกและเด็กเล็กๆ ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น

ความต้องการความปลอดภัยจะยังมีอิทธิพลต่อบุคคล แม้ว่าจะผ่านพ้นวัยเด็กไปแล้วแม้ในบุคคลที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครอง เช่น ผู้รักษาเงิน นักบัญชี หรือทำงานเกี่ยวกับการประกันต่างๆ และผู้ที่ทำหน้าที่ให้การรักษาพยาบาลเพื่อความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์พยาบาล แม้กระทั่งคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะไฝหาความปลอดภัยของผู้อื่นด้วยกันทั้งสิ้น

ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงเพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้บุคคลรู้สึก “ปลอดภัย” ความต้องการความปลอดภัยในเรื่องอื่นๆจะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ สงคราม อาชญากรรม น้ำท่วม แผ่นดินไหว การจลาจล ความสับสนไม่เป็นระเบียบของสังคม และเหตุการณ์อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกับสภาพเหล่านี้

1.3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love needs) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของเป็นความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้ง ไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม ไม่มีเพื่อนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อนๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูกๆ ได้ลดน้อยลงลง นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่างยิ่งและจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

1.4 ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs) เมื่อความต้องการได้รับความรักและการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปได้อย่างมีเหตุผลและทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลงและมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่ กล่าวคือมนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others)

1.4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่าเขามีคุณค่าและมีความสามารถ ที่จะประสบความสำเร็จในงานภารกิจต่างๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

1.4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others) คือความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับยินดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำ ซึ่งทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

1.5 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs)

ถึงลำดับขั้นสุดท้าย ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อนๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น Maslow อธิบายความ

ต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสม บุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ทำทลายความสามารถและศักยภาพของเขา และมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ แต่ความต้องการตามลำดับชั้นจะมีบทบาทหรือมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อมีสภาพ 2 ประการ คือ

1.5.1 เมื่อความต้องการนั้นได้เกิดขึ้นเพียงพอถึงระดับของความอยาก (wanting)

1.5.2 เมื่อความต้องการในระดับที่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองแล้ว และคงมีอยู่ในระดับหนึ่งซึ่งเป็นที่ยอมรับได้และทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ยกเว้นความต้องการพื้นฐานเริ่มแรกคือความต้องการทางกายภาพและชีวภาพ

2. ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray's Manifest Needs Theory) ประกอบด้วยความต้องการ 4 ประการ คือ ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement) ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Needs for Affiliation) ความต้องการอิสระ (Needs for Autonomy) ซึ่งความต้องการเหล่านี้อาจเกิดขึ้นพร้อมกัน โดยบางด้านสูง บางด้านต่ำก็ได้ และไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นเรียงเป็นลำดับ

3. ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Modified Needs) ประกอบด้วยความต้องการมีชีวิตอยู่ ความต้องการมีสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น และความต้องการความเจริญก้าวหน้า ความต้องการทั้ง 3 นี้ ไม่จำเป็นต้องเกิดเรียงเป็นลำดับ

4. ทฤษฎีความต้องการหรือแรงจูงใจของแมคคิลแลนด (McClelland Achievement Motivation Theory) เป็นทฤษฎีที่บุคคลมุ่งความต้องการเฉพาะอย่างมากกว่าความต้องการอื่นๆ ความต้องการความสำเร็จเป็นความปรารถนาที่บรรลุเป้าหมาย ซึ่งมีลักษณะทำทลาย ทฤษฎีนี้ ทำความเข้าใจถึงรูปแบบการจูงใจความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความต้องการอำนาจ (Needs for Power) ความต้องการผูกพัน (Needs for Affiliation) ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

5. ปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญ มีอยู่หลายตัวด้วยกัน พอสรุปได้ 13 ปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

5.1 ความเจริญทางเศรษฐกิจ ในช่วงที่เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรืองการเดินทางท่องเที่ยวจะมีมาก บริษัทต่างๆ อาจขอให้ธุรกิจนำเที่ยวช่วยจัดกรุ๊ปทัวร์แก่พนักงานของตนเดินทาง

ท่องเที่ยวในที่ต่างๆ แต่ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ธุรกิจประสบปัญหาการเดินทางท่องเที่ยวก็พลอยซบเซาลงด้วย

5.2 การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่ใช้จ่ายได้ของประชาชน เมื่อประชาชนมีรายได้ที่ใช้จ่ายได้เพิ่มขึ้น ก็จะมีเงินเหลือเก็บไว้ท่องเที่ยว ถ้ามีเงินเหลือน้อยก็อาจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆ ถ้ามีเงินเหลือมากก็อยากท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวไกลออกไป ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

5.3 ค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยว หากท้องถิ่นใดมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูงก็จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปน้อย หากท้องถิ่นใดมีค่าใช้จ่ายเดินทางท่องเที่ยวต่ำก็จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมาก ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวประเภทมวลชนมีมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทรายได้สูง

5.4 รสนิยมของประชาชน ท้องถิ่นใดที่ประชาชนมีรสนิยมชอบการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาก ท้องถิ่นใดที่ประชาชนไม่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง

5.5 ทัศนียภาพ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อคนในท้องถิ่นใดมีการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้เกิดทัศนียภาพหรือเกิดการชักจูงกันทำให้ท้องถิ่นอื่นมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย

5.6 การกระจายตัวของประชากรทางภูมิศาสตร์ ท้องถิ่นใดมีญาติมิตรกระจายตัวไปยังที่ต่างๆ มาก ย่อมมีการเดินทางไปมาหาสู่กันมากด้วย ก็จะเกิดการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวตามไปด้วย

5.7 เวลาว่าง นับเป็นปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว คนเราจะเดินทางท่องเที่ยวได้ก็ต้องมีเวลาว่างยังมีเวลาว่างมากก็ยิ่งมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น

5.8 การพัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

5.9 ฤดูกาล การเปลี่ยนแปลงฤดูกาลในแต่ละประเทศทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหนีฤดูกาลที่ไม่เหมาะสม ย่อมส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนั้น ฤดูกาลยังมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจให้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเล่นสกีก็ต้องไปช่วงฤดูหนาวที่มีปริมาณหิมะตกทับถมมากพอ หรือจะไปดูดอกบัวตองบานก็ต้องไปช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เป็นต้น

5.10 การศึกษา การขยายตัวของการศึกษาและโครงสร้างทางสังคมที่

เปลี่ยนแปลงช่วยให้คนมีการศึกษาสูงขึ้น และได้เรียนรู้เรื่องราวของสังคมอื่น จะทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อีกทั้งการที่สตรีมีอิสระที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเสรีย่อมทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

5.11 สื่อมวลชน การพัฒนาทางเทคโนโลยีช่วยให้การโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวของสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การเผยแพร่ภาพทางโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมเป็นต้น ล้วนทำให้ประชาชนจำนวนมากสามารถรับข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง และมีผลกระทบให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

5.12 การตลาดท่องเที่ยวการพัฒนากระบวนการตลาดท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพช่วยให้การจัดจำหน่ายบริการท่องเที่ยวถึงมือลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เช่น ระบบการเดินทางก่อนผ่อนชำระภายหลัง หรือระบบการส่งข่าวสารถึงลูกค้าเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือทางการตลาดระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งแนวตั้งและแนวนอน ในการจัดทำเอกสาร นำเที่ยวรายการต่างๆ เผยแพร่โฆษณาออกไป ยิ่งเกิดการจูงใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

5.13 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ปัจจุบันนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาก เช่น การประกาศปีการท่องเที่ยวไทยการอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวการอนุญาตให้เข้าชมสถานที่สำคัญของทางราชการ การช่วยพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น ล้วนแต่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการเดินทางท่องเที่ยว

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับความต้องการ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น ถือเป็นประเด็นสำคัญสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อให้ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวนั้น อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว

1. ความหมายปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546a) ได้กล่าวถึงว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ที่องค์กรจะต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจของ

ตลาดเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดให้ตรงเป้าหมายของผู้บริโภคและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่งชั้น ธุรกิจบริการจึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's ได้แก่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546c)

2. องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

2.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัย ต่อไปนี้

2.1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

2.1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

2.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

2.1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ ใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2.1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์

2.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่า การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่า สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.2.3 การแข่งขัน

2.2.4 ปัจจัยอื่นๆ

2.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไป

ยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

2.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2.3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญ ได้แก่ การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

2.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

2.4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจุดตลาด โดยใช้บุคลากรในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

2.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น

2.4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

2.4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

2.5 ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้าง ความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ดังนั้น ในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการสามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะของทักษะการแสดงออก ทักษะที่ติดต่อการดูแลเอาใจใส่ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การแก้ไขปัญหา มีบุคลิกภาพที่ดี

2.6 ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) หมายถึง ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่มีผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพและเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น

2.7 กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

3. ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

ต้องศึกษาเพิ่มเติมถึงธรรมชาติของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วย ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีหลากหลาย แต่ที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจากสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมอื่น คือ ธรรมชาติ 5 ข้อ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติกับธรรมชาตินั้น ดังตาราง 4

ตารางที่ 4 แสดงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจ

ธรรมชาติ	ความหมาย	แนวทางปฏิบัติ
1. จับต้องไม่ได้ (Intangibility)	ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้เหมือนกับสินค้าที่ลูกค้าสามารถจับต้องหรือทดลองก่อนซื้อได้	แผ่นพับที่มีรูปภาพ วิดีทัศน์ สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว ช่วยทำให้เห็นภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้
2. เก็บไว้ไม่ได้ (Perishability)	บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บเข้าโกดังไว้ขายในวันต่อไปได้	ธุรกิจพยายามสร้างความต้องการให้เพียงพอกับกำลังรองรับ
3. ประกอบไป ด้วยองค์ประกอบ ย่อยที่แตกต่าง (Heterogeneity)	เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับบริการที่มีพนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าค่อนข้างมาก และสิ่งแวดล้อม ประกอบกันเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากที่จะควบคุมสิ่งที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งได้รับให้ มีประสบการณ์ที่เหมือนกันทุกประการกับนักท่องเที่ยวคนอื่น	ความพยายามในการลดความแตกต่างในการบริการมีตั้งแต่การจัดจกแต่งสถานที่ให้มีรูปแบบที่คล้ายกัน จะเห็นได้ในโรงแรมที่มีสาขาอยู่หลายแห่ง นอกจากนั้นจะเห็นชุดพนักงานและรูปแบบการบริการที่ออกแบบให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
4. การให้บริการ และการใช้บริการเกิดขึ้นพร้อมกัน (Inseparability)	บริการที่ไม่สามารถจะจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้วให้แก่ผู้ใช้ในภายหลัง แต่การบริการจะถูกสร้างขึ้นเวลาเดียวกัน กับที่ผู้ใช้บริการต้องการใช้บริการนั้น ด้วยธรรมชาติที่ผู้ใช้บริการต้องมีส่วนร่วมสูง ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะสร้างบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	การฝึกพนักงานให้มีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า อีกทั้งสร้างกิจกรรมในการให้ความรู้ทั้งกับพนักงานและลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและแนวทางปฏิบัติที่ตรงกัน
5. ขาดสิทธิการครอบครอง (Lack of Ownership)	ถึงแม้นักท่องเที่ยวจะได้ใช้บริการโรงแรม หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวมักกลับบ้าน คือ ความทรงจำและประสบการณ์ในการ	ของที่ระลึก ภาพถ่ายเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับบ้านได้และยังช่วยเตือนความจำถึงประสบการณ์และสถานที่

ตาราง 4 (ต่อ)

ธรรมชาติ	ความหมาย	แนวทางปฏิบัติ
	ท้องถิ่นครั้งนั้น	ท้องถิ่นนั้น

3.2 ราคา (Price) องค์ประกอบส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลและได้รับความสนใจจากทั้งธุรกิจและผู้บริโภค ราคาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่ใช้ในหลายวัตถุประสงค์ เช่น การแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การปรับภาพลักษณ์ การแบ่งกลุ่มตลาด และการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ธุรกิจใช้กลยุทธ์ราคาในจุดประสงค์ที่ต่างกันและในสถานการณ์ที่ต่างกัน แต่สิ่งที่สำคัญ คือ การรับรู้ของลูกค้ากับความสัมพันธ์ของราคากับคุณภาพของสิ่งที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ราคาก็จะเป็นปัจจัยที่ลูกค้าพิจารณาอย่างน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น

จากรายงานวิจัยใน Canada ที่ Stevens ทบทวนและนำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของราคา คุณภาพและการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ได้สรุปไว้ว่า องค์ประกอบอื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ ความสะดวกในการเดินทางสำคัญกว่า เมื่อนักท่องเที่ยวพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยว แต่เมื่ออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวราคาจะมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ข้อสรุปอื่นๆ ที่น่าสนใจจากการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับราคาและคุณภาพมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด
2. คุณค่ามีความสำคัญกว่าราคา
3. ปัจจัยอื่นสำคัญสำคัญกว่าราคาในการเลือกท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวในประเทศวิเคราะห์วิจารณ์ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวในประเทศตน มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ
5. การรับรู้เกี่ยวกับราคาขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวแต่ละคน
6. นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายสำหรับองค์ประกอบย่อยในการท่องเที่ยว
7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว
8. ราคามีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นต่อกิจกรรมในการท่องเที่ยว
9. นักท่องเที่ยวจาก Canada อ่อนไหวต่อราคามากกว่านักท่องเที่ยวจาก USA, UK, France, West Germany และ Japan

10. นักท่องเที่ยวจาก West Germany และ Japan ต้องการและคาดหวัง
บริการคุณภาพดี

11. ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านราคาและคุณภาพ

12. นักท่องเที่ยวสูงอายุและกลุ่มที่มีฐานะดีให้ความสนใจคุณภาพมากกว่า
ราคา

13. ก่อนเดินทางนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคา แต่แท้จริงแล้ว
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพมากกว่า

14. สิ่งที่ตั้งคือนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ
คุณภาพการ บริการ

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: Distribution in Tourism) ผลิภัณฑ์

ทางการท่องเที่ยวมีช่องทางการจัดจำหน่ายคล้ายกับสินค้าทั่วไป แต่หน้าที่ของช่องทางการจัด
จำหน่ายของการท่องเที่ยวมิได้เป็นช่องทางการขาย การกระจายสินค้าหรือทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าแต่
อย่างไร ช่องทางการจัดจำหน่ายทำหน้าที่เป็นประตูที่เปิดไปยังแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นตัวเชื้อเชิญ
ให้ไปใช้บริการ เนื่องจากบริการนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าอยู่ ณ แหล่งผลิตบริการนั้น ซึ่งเป็นธรรมชาติ
ของการบริการทางการท่องเที่ยว

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
คือ ธุรกิจตัวกลาง (Intermediaries) กล่าวคือ ธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operators) และตัวแทน
จำหน่าย (Travel Agents) ธุรกิจจัดนำเที่ยว นอกจากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว ยัง
ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง อีกทั้งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้รับความนิยมขึ้นทุกวัน คือ ช่องทางตรงโดยเฉพาะ
อย่างยิ่ง ในยุคที่การติดต่อสื่อสารอำนวยให้ช่องทางนี้ขยายตัวในหลายธุรกิจ สำหรับช่องทางการจัด
จำหน่ายทำหน้าที่เป็นตัวกลาง หรือเป็นประตูให้ลูกค้าเข้าถึงบริการต่างๆ การจองตรงและการขาย
ตรงโดยไม่ผ่านตัวกลางเริ่มมีมากขึ้น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จากที่เป็นเครื่องมือสำคัญของธุรกิจ
ตัวแทนจำหน่าย ปัจจุบันขยายวงกว้างมาถึงลูกค้าอินเทอร์เน็ตทำให้บริการต่างๆ ถูกจองได้จากบ้าน

3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายเป็นการสื่อสารกับ
ลูกค้าถึงสิ่งที่สินค้าบริการมีให้ โดยการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ คือ การให้ข้อมูล ชักชวน และทำให้เกิด
การตอบสนองจากลูกค้า ซึ่งใช้วิธีการสื่อสาร หลากหลาย โดยวิธีการสื่อสารจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ
ประเภทของสินค้าและบริการ จุดประสงค์ในการสื่อสารและลักษณะของกลุ่มลูกค้า การส่งเสริม
การขายมักใช้การสื่อสารที่ผสมผสานวิธีและช่องทางการสื่อสารสำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่งในอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว มีการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการขาย ดังตาราง 5

ตารางที่ 5 แสดงเครื่องมือในการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เครื่องมือ	หมายเหตุ
สื่อโฆษณา	เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต หนังสือ แนะนำ แผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์	สื่อทุกชนิดที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย
กิจกรรมส่งเสริมการขาย	การส่งเสริมการขายระยะสั้น อาจพุ่งเป้าไปที่ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน ลูกค้า
จัดการท่องเที่ยวสำหรับสื่อ	จัดให้มีการเยี่ยมชมเพื่อให้ได้ไปสัมผัสสถานที่ บริการให้ได้รับรู้ และประทับใจเพื่อให้มีการแนะนำต่อไป เน้นที่ตัวแทน จำหน่ายส่ง (Wholesalers) ปลีก (Retailers) และนักข่าว นักเขียน นักวิจารณ์
จัดแสดง	เพื่อเป็นที่พบปะลูกค้าและเป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนึ่ง
การจัดแสดงและกิจกรรม ณ จุดขาย	สร้างบรรยากาศโดยการจัดสถานที่จัดแสดงเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์
ส่งไปรษณีย์	การส่งเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ถึงลูกค้าโดยตรง
ให้การสนับสนุน	ให้การสนับสนุนกิจกรรมชุมชน กีฬา และอื่นๆ

เครื่องมือในการส่งเสริมการขายเหล่านี้ หากใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์และองค์กร ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสื่อที่ใช้มาก คือ การโฆษณาและแผ่นพับ เป็นส่วนผสมที่สำคัญของการส่งเสริมการขายรูปแบบอื่นๆ ซึ่งความพิเศษของ ส่วนผสมทางการตลาด ส่วนการส่งเสริมการขาย คือ บทบาทการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ไม่สามารถทดลองก่อนซื้อได้ให้เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็น จินตนาการ เกิดความคาดหวังกับผลิตภัณฑ์นั้น การส่งเสริมการขายสร้างตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าพิจารณา และเปรียบเทียบสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าได้สัมผัส

3.5 บุคลากร (People) บุคลากรหรือพนักงาน คือ ผู้ให้บริการซึ่งคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือผู้อื่นในการทำธุรกิจพนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

3.6 กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการของการให้บริการ เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ลูกค้าจะ

พิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อนและความหลากหลาย ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการสินเชื่อ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ ขั้นตอนการอนุมัติเงินกู้ ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ เช่น การปรับเปลี่ยนเงินค่างวดให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของลูกค้าหรือระยะเวลาในการให้กู้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้

3.7 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence

Presentation) การนำเสนอ เป็นการสร้างรูปลักษณะทางกายภาพให้เป็นที่โดนตาโดนใจ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ในอาคารและลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 Ps ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) สำหรับการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ซึ่งในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้ 7 Ps เนื่องจากพื้นฐานมาจากส่วนผสมทางการตลาดหรือที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps โดยมีส่วนประกอบดังนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และในเวลาต่อมาเพื่อเพิ่มให้กลยุทธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะกับธุรกิจบริการจึงต้องมีการเพิ่มมาอีก 3 องค์ประกอบคือ ผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) รวมกันเป็น 7Ps เพื่อให้ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2561-2564)

แผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของจังหวัดสกลนคร โดยกระบวนการในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมของส่วนราชการต่างๆ ในจังหวัดและส่วนราชการอื่นที่ตั้งอยู่ในจังหวัด รวมทั้งประชาชนผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดสกลนคร โดยได้มีความเห็นชอบ ตรงกันในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดไว้ ดังนี้

1. ตำแหน่งการพัฒนาจังหวัด (Positioning)

- 1.1 การเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
- 1.2 การค้า การลงทุน
- 1.3 การพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม)

2. วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นแหล่งเกษตรปลอดภัย ก้าวไกลการค้า การลงทุน พัฒนาการท่องเที่ยวสู่อนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง”

3. พันธกิจ (Mission)

พันธกิจที่ 1 บริหารยุทธศาสตร์จังหวัดสกลนครสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พันธกิจที่ 2 ประสานงานส่งเสริม สนับสนุน และเสริมสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วน ในจังหวัด สกลนครอย่างบูรณาการ สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

พันธกิจที่ 3 กำกับตรวจสอบและควบคุมการบริหารราชการจังหวัดสกลนครตามหลักการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี

4. ค่านิยม (Value)

“อยู่สกล รักสกล ท าเพื่อสกลนคร”

5. เป้าประสงค์รวม (Goal)

“เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม และรายได้ของประชาชน”

ตัวชี้วัด

1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม จังหวัดสกลนคร (GPP) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีที่ผ่านมา
2. รายได้ต่อหัวต่อปีของประชากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีที่ผ่านมา
3. จำนวนฟาร์มที่ผ่านมาตรฐาน GAP เพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 1,000 แปลง/ฟาร์ม

6. ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) มี 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ได้แก่

1. การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ

- 1.1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพและมาตรฐาน
- 1.2 สร้างความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกรและเสริมสร้างศักยภาพให้ประชาชนใน

ภาคเกษตรกรรม

- 1.3 ส่งเสริมการใช้พืชสมุนไพรในการรักษา
- 1.4 ส่งเสริมพัฒนาพืชสมุนไพรอย่างครบวงจร

2. การพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

- 2.1 สร้างขีดความสามารถในการค้า การลงทุน
- 2.2 สนับสนุนการท่องเที่ยว 3 ธรรม
- 2.3 เพิ่มศักยภาพใน การคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและทางอากาศ

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

คือ

- 3.1 ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 3.2 เสริมสร้างการเรียนรู้และ ทักษะของคนทุกกลุ่ม
- 3.3 ส่งเสริมให้การศึกษาในระดับ ประถม มัธยม และอุดมศึกษาให้มีการใช้

ภาษาต่างประเทศ

4. การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการอย่างสมดุลและ

ยั่งยืน ประกอบด้วย 12 กลยุทธ์ คือ

- 4.1 ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพทรัพยากรป่าไม้
- 4.2 การเพิ่มขีด ความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศและคุณค่าของ
- ทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัด
- 4.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ
- 4.4 ส่งเสริมการจัดการแก้ไขปัญหาคความเสื่อม โทรมในทรัพยากรธรรมชาติอย่าง

บูรณาการ

- 4.5 การดำเนินมาตรการทางกฎหมาย อย่างเข้มงวด
- 4.6 ส่งเสริมการจัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค
- 4.7 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการน้ำภาคการเกษตร
- 4.8 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการปัญหาอุทกภัย
- 4.9 ส่งเสริมการควบคุมและลดมลพิษทางน้ำ
- 4.10 การจัดการขยะ “อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร” มูลฝอย เชิงรุก
- 4.11 ส่งเสริมจำนวนหมู่บ้านให้มีแผนบริหารจัดการและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

สภาพ ภูมิอากาศระดับหมู่บ้าน

4.12 ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและการอนุรักษ์

5. การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลและความมั่นคง

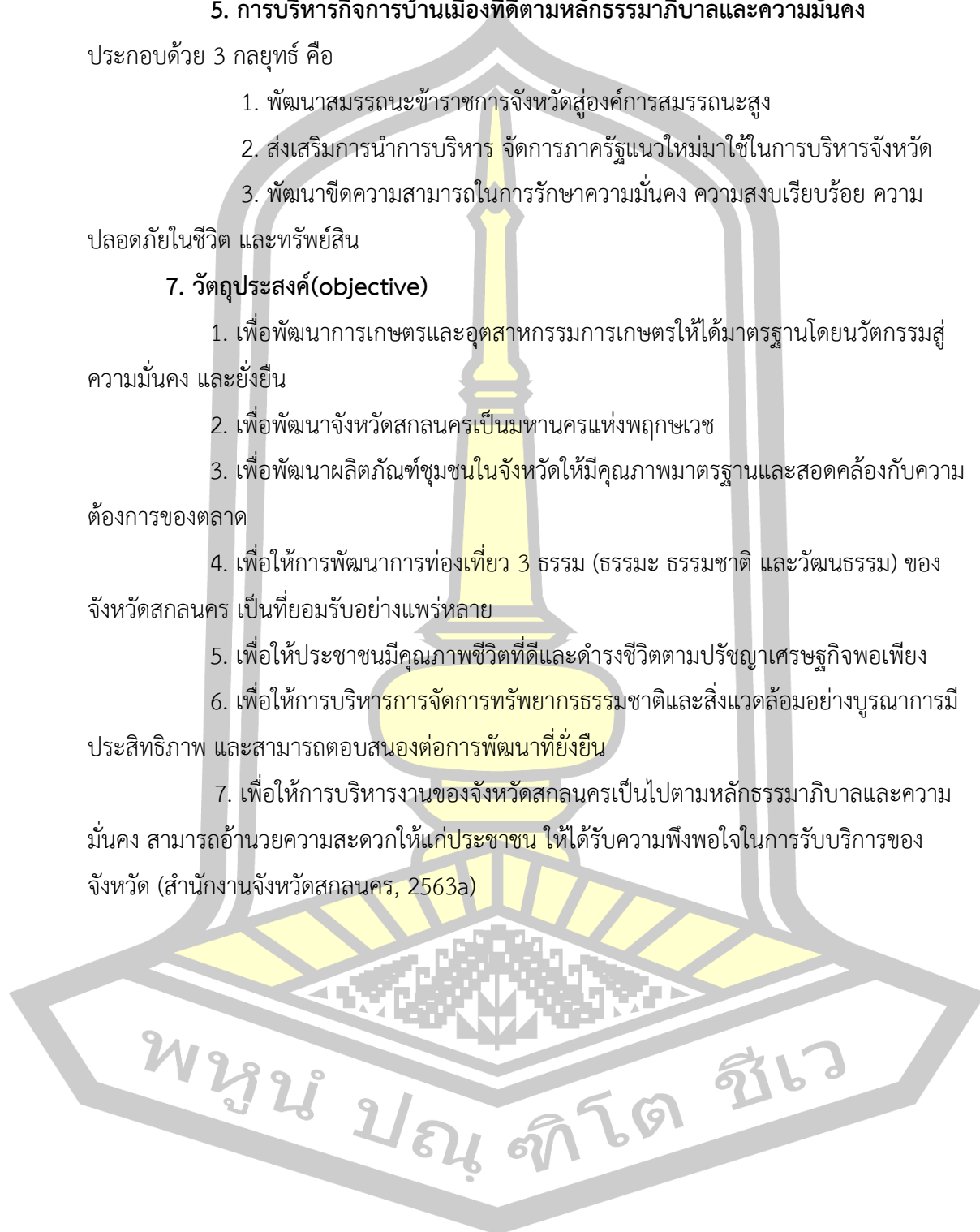
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

1. พัฒนาสมรรถนะข้าราชการจังหวัดสู่องค์กรสมรรถนะสูง
2. ส่งเสริมการนำการบริหาร จัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในการบริหารจังหวัด
3. พัฒนาขีดความสามารถในการรักษาความมั่นคง ความสงบเรียบร้อย ความ

ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

7. วัตถุประสงค์(objective)

1. เพื่อพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรให้ได้มาตรฐานโดยนวัตกรรมสู่ความมั่นคง และยั่งยืน
2. เพื่อพัฒนาจังหวัดสกลนครเป็นมหานครแห่งภาคเกษตร
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดให้มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด
4. เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม) ของจังหวัดสกลนคร เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย
5. เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและดำรงชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
6. เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างบูรณาการมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
7. เพื่อให้การบริหารงานของจังหวัดสกลนครเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลและความมั่นคง สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน ให้ได้รับความพึงพอใจในการรับบริการของจังหวัด (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563a)



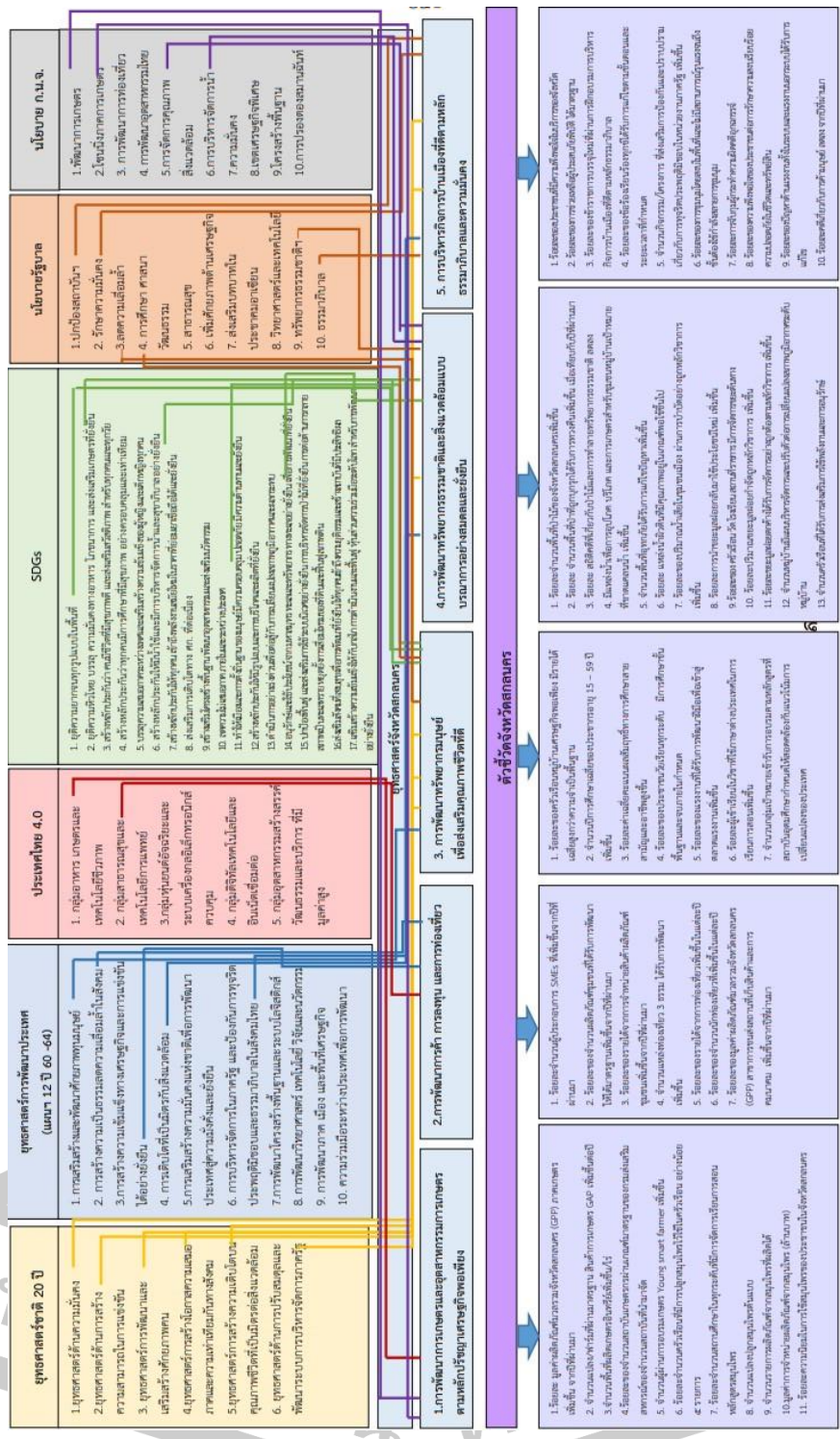
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

การพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว

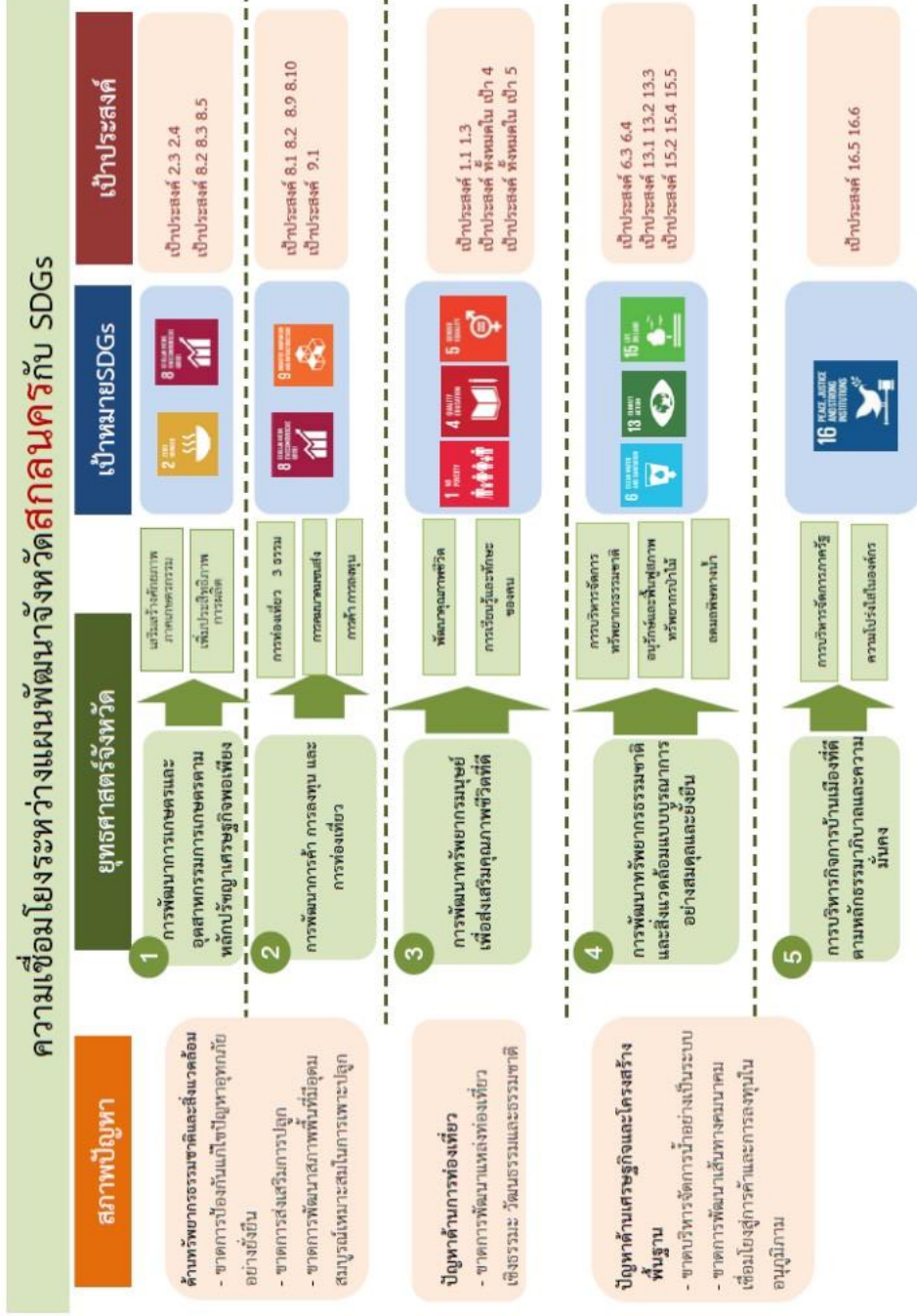
เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				กลยุทธ์
		2561	2562	2563	2564	
2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัด ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และสอดคล้อง กับความต้องการของตลาด	2.1.1 ร้อยละจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	5	5	8	8	2.1.1.1 สร้างขีดความสามารถในการค้า การลงทุน
	2.1.2 ร้อยละของจำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	10	10	10	10	
	2.1.3 ร้อยละของรายได้จากการจำหน่าย สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	10	10	10	10	
2.2 แหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม ของจังหวัดสกลนครเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายมากขึ้น	2.2.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม ได้รับ การพัฒนาเพิ่มขึ้น	3	3	3	3	2.2.1.1 สนับสนุนการท่องเที่ยว 3 ธรรม
	2.2.2 ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นในแต่ละปี	10	10	10	10	
	2.2.3 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นในแต่ละปี	5	5	5	5	
2.3 จังหวัดสกลนครเป็นจุดเชื่อม การคมนาคมขนส่งสู่อาเซียน และเงินตอนใต้	2.3.1 ร้อยละของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม จังหวัดสกลนคร (GPP) สาขาการขนส่ง สถาบันที่เก็บสินค้าและการคมนาคมเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	3	3	3	3	2.3.1.1 เพิ่มศักยภาพในการคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและทางอากาศ

ที่มา (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563a)

8. การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ระดับชาติกับยุทธศาสตร์จังหวัดสตูลนคร



ที่มา (สำนักงานจังหวัดสตูลนคร, 2563a)



ที่มา (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2563a)

สรุปจากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) ผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว 3 ธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

(ลัดดา พูนสวัสดิ์มงคล และทิสวรรณ ชูปัญญา, 2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ผลการวิจัย พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและศักยภาพจำนวน 47 แห่ง ผู้วิจัยจึงมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสร้างแผนที่ข้อมูลได้แก่ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ รูปแบบวัฒนธรรม และกิจกรรมของพื้นที่ โดยในส่วนของเรื่องราว ความเป็นมาและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้นำมาลำดับเป็นแผนภาพข้อมูลแผนที่เชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการเพิ่มศักยภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ในด้านการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว ทางด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมและการเชื่อมโยงระบบขนส่ง การให้ข้อมูลข่าวสารความรู้แก่นักท่องเที่ยว

(กัญญารินทร์ ไชยจันทร์, 2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองรองในภาคเหนือ : การประเมินศักยภาพในจังหวัดน่าน ลำปาง เพชรบูรณ์ ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ประกอบไปด้วย รูปแบบเมืองเก่าที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตเมืองศิลปวัฒนธรรมแบบโบราณ เพื่อให้สัมผัสกับความงามแบบดั้งเดิม พื้นที่ธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีทรัพยากรที่หลากหลาย ทิวทัศน์ที่งดงาม เป็นเมืองเก่าที่ยังคงมีชีวิต รวมทั้งมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกันซึ่งมีความเหมาะสมในด้านศักยภาพในการดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean=4.23) ทั้งในมิติความหลากหลายของสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมทั้งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่น คุณค่าที่ควรอนุรักษ์และการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีอย่างต่อเนื่อง และยังมี การสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของวิถีชีวิต ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัด การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมีศักยภาพมาก (Mean=4.12) ในทุกมิติไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางเดินทางมีความสะดวกสบาย และความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว สำหรับการบริหารจัดการก็มีศักยภาพมาก (Mean=4.06) ในทุกมิติเช่นกัน ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมทุกมิติจะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยว

ของจังหวัดน่าน จังหวัดลำปาง และจังหวัดเพชรบูรณ์ มีความเหมาะสมในการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมต่อไป

(ภาสกร จวนสง, 2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าลั้ง จังหวัดอุบลราชธานี และชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัย พบว่า มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม และประเด็นที่ควรปรับปรุงคือ การส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติให้มี การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน แนวทางการพัฒนามี 2 แนวทาง คือ การพัฒนาระดับชุมชน ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชน เอกชนและผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ เปิดเวทีสาธารณะให้ชุมชนกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ โดยมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ในการวางแผนทั้งในด้านแผนที่ ศักยภาพ และการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น และการทำงานเชิงรุกของภาครัฐและระดับภูมิภาค การพัฒนาระดับภูมิภาค ควรมีศึกษาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มี การเชื่อมโยงกันเป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยใช้จุดเชื่อมต่อในมิติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มี เรื่องราว (story) หรือวิถีชีวิตริมโขงเพื่อให้เกิดจุดท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค

(Nuchpravee Likitsarun, 2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร ผลการวิจัย พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดพิจิตร เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว แต่มีบางแห่งยังขาดการจัดการด้านที่พักให้ได้มาตรฐาน ด้านระบบสาธารณูปโภคของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนประชาชนในพื้นที่มีความตื่นตัวและสนใจเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวในระดับมาก ด้านโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตรมีบทบาทในการพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ การท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตรยังขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่สายตานักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมจึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

(ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระและคณะ, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.70) ได้แก่ ประเภทมรดกวัฒนธรรม มีพื้นที่ประวัติศาสตร์โดดเด่น 2 อำเภอ จาก 16 อำเภอ

ประเภทมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม มีศิลปะการแสดง เทศกาลประเพณี ความรู้ วิถีชีวิตและแนวปฏิบัติในที่มีแบบแผนมาจากสมัยกรุงศรีอยุธยาที่สามารถพัฒนาและฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกด้านการคมนาคม มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.70) สามารถเดินทางได้ 4 ช่องทาง ได้แก่ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวการเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะการเดินทางโดยรถไฟ และการเดินทางภายในจังหวัดโดยรถประจำทางและรถรับจ้างแต่ควรส่งเสริมการให้บริการรถประจำทางสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.70) ได้แก่ ที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 10,000 คนต่อคืน และยังมีร้านอาหาร ศูนย์การค้า ศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยวและการให้บริการห้องน้ำสาธารณะ ครอบคลุมทุกพื้นที่ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.66) ได้แก่ กิจกรรมชมโบราณสถาน กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางประวัติศาสตร์ กิจกรรมนั่งสามล้อเครื่องชมโบราณสถาน และกิจกรรมนั่งช้าง โดยยังพบว่าควรพัฒนาเส้นทางจักรยานและฟื้นฟูกิจกรรมนั่งรถม้าและนั่งสามล้อปั่น 5) ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.78) ได้แก่ ด้านการไฟฟ้า ด้านการใช้น้ำด้านสาธารณสุข และด้านความปลอดภัย เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านธนาคารและการเงิน มีจุดให้บริการแลกเงินตราต่างประเทศไม่ทั่วถึง ด้านการโทรคมนาคมและการประชาสัมพันธ์ประสบปัญหาป้ายมีเพียงภาษาไทย 6) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D.=0.72) ได้แก่ การจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวการให้บริการโดยรถท่องเที่ยวโดย ชมรม. และการให้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวมารรถกลับเรือ สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน สามารถนำศักยภาพดังกล่าวนี้ มากำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการบูรณาการทุกภาคส่วนให้เกิดความยั่งยืน

(กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและสร้างรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชนเทศบาลตำบลนาครี อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัย พบว่า ด้านศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พักแรม ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและด้านบริการเสริม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าชุมชนเทศบาล ตำบลนาครี มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนที่น่าสนใจ มีการเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเลือกเดินทางได้หลากหลายรูปแบบโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่และชาวต่างชาติและได้สร้างรูปแบบเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนจำนวน 1 เส้นทาง

คือ เส้นทางท่องเที่ยวชมมัสการพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนแกะสลักไม้ และได้มีการจัด
อบรมและสร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นการท่องเที่ยว ชุมชนเทศบาลตำบลนาครี อำเภอมะนัง จังหวัด
ลำปาง

(พิศลยา ลักษณะโกเศศ, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาย่านพิพิธภัณฑ
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เขตพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์ ผลการวิจัย พบว่า ผล
การวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาย่านและองค์ประกอบของย่านพิพิธภัณฑ สรุปลงได้ว่า รูปแบบการ
พัฒนาย่านพิพิธภัณฑจากกรณีศึกษาในต่างประเทศ แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบ A1 เกิดจาก
ความต้องการพัฒนาเมืองหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในเมือง โดยมีการรวมกลุ่มกันของ องค์กรหรือ
กลุ่มคนในพื้นที่ รูปแบบ A2 เกิดจากความต้องการพัฒนาเมืองเช่นเดียวกัน แต่เริ่มจากภาครัฐวางผัง
แม่บทในการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านพิพิธภัณฑ และรูปแบบ B เกิดจากพื้นที่มีทรัพยากร การท่องเที่ยว
ทางวัฒนธรรม มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ จึงมุ่งพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวและเป็น ศูนย์กลางของ
ศิลปวัฒนธรรม ในส่วนองค์ประกอบการท่องเที่ยวของย่านพิพิธภัณฑจะให้ความสำคัญกับแหล่ง
ท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ อาคารสถาปัตยกรรม รวมไปถึงสถาบันการเรียนรู้ต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกอย่างร้านค้า ร้านอาหาร และต้องมีกิจกรรมในพื้นที่เสมอ ผลการศึกษาศักยภาพของพื้นที่
ศึกษาในการพัฒนาย่านพิพิธภัณฑในประเทศไทย สรุปลงว่า เขตพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์มีศักยภาพในการ
พัฒนาเป็นย่านพิพิธภัณฑโดยมีองค์ประกอบ การท่องเที่ยวทางกายภาพที่สำคัญครบ โดยรูปแบบ
พัฒนาการของเขตพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์เหมือน รูปแบบ B คือมีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่กลไกการเกิดขึ้นกลับมีลักษณะเหมือนรูปแบบ A2 คือภาครัฐวางผังแม่บทมาเพื่อให้เจ้าของ
อาคารในพื้นที่ปฏิบัติตาม

(ชุตติกาญจน์ กันทะอู, 2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน :
กรณีศึกษา บ้านร่องพอง ตำบลร่องพอง อำเภอมืองแพร์ จังหวัดแพร่ ผลการวิจัย พบว่า บ้านร่อง
พองมีศักยภาพเบื้องต้นใน 5 ด้านได้แก่ 1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิ
ปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ เช่น แหล่งตีเหล็กทำเครื่องมือ อุปกรณ์การเกษตร
แหล่งผลิตตัดเย็บเสื้อผ้า มัดย้อมผ้า 2. ด้านการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึง
สะดวกและปลอดภัยเดินทางเข้าถึงชุมชนได้ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ ตลอดจนมี
เส้นทางเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่นๆ 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมาตรฐานครบถ้วนและเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา เครือข่ายอินเทอร์เน็ต
สถานพยาบาลชุมชน ร้านค้า 4. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว สามารถรองรับ
นักท่องเที่ยวทั้งไปและกลับหรือพักค้างคืน 5. การจัดการการท่องเที่ยว มีการวางแผนและดำเนินการ
โดยผู้นำท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการมีส่วนร่วมจากประชาชน

(อรกนก มณเฑียร, 2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประชาชน ตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ โดยภาพรวม มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ คือ ควรผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็น OTOP ของชุมชน อนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านเอาไว้เช่นเดิม ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรมีสถานที่ต้อนรับที่พักให้เพียงพอ นำอยู่ นำประทับใจ ส่วนราชการหรือภาครัฐต่างๆ ให้การสนับสนุน เพิ่มความรู้กับร้านอาหารให้สะอาดและปลอดภัย ด้านศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

(รุ่งราตรี อึ้งเจริญและชวลีย์ ณ ถกลาง, 2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัย มีระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาครโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาเป็นราย ด้านโดยเรียงลำดับความเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบของพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน มีระดับความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาครโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมีชื่อเสียงด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

(Choe, 2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลของมูลค่าการบริโภคอาหารในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทัศนคติภาพปลายทางของอาหารและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผลการวิจัย พบว่า มูลค่าการบริโภคอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ได้แสดงทัศนคติมีอิทธิพลต่ออาหารพื้นเมือง ภาพลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง และเจตนาเชิงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ พื้นเพทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมีส่วนเป็นตัวแปรกลางความสัมพันธ์ระหว่างต้นเหตุ งานวิจัยครั้งนี้เป็นการประยุกต์การใช้เหตุผลเชิงประจักษ์กับทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคในบริบทของประสบการณ์การท่องเที่ยวอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะแสดงให้เห็นข้อมูลเชิงลึกของการตลาดสำหรับภัตตาคาร

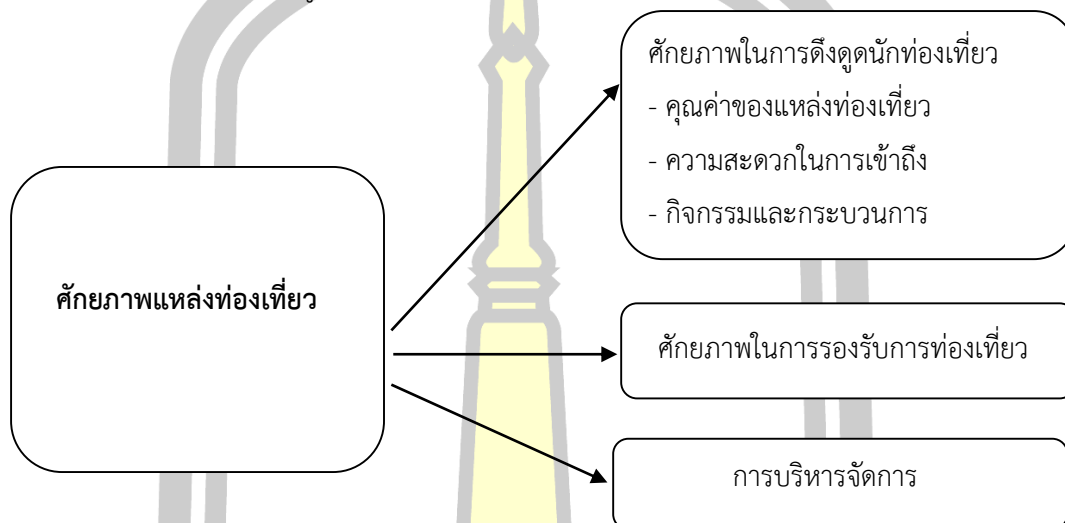
และอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการท่องเที่ยว และยังเป็นข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์กร DMOs
สำหรับการใช้อาหารพื้นเมืองเป็นเครื่องในการทำการตลาดอีกด้วย

ตารางที่ 6 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการ
ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัย	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว									
	คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	ความสะดวกในการเข้าถึง	สิ่งอำนวยความสะดวก	สภาพแวดล้อม	ข้อจำกัดในการรองรับ นทท.	ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน	การมีส่วนร่วม	กิจกรรมและกระบวนการ	ด้านสถานที่พักแรม	การจัดการ
ลัดดา พูนสวัสดิ์มงคล และทิสวรรณ ชูปัญญา (2566)	✓	✓	✓	✓	✓			✓		
กัญญารินทร์ ไชยจันทร์ (2565)	✓	✓						✓		✓
ภาสกร จวนสาธ (2563)	✓		✓				✓	✓		
Nuchpravee Likitsarun (2562)			✓	✓	✓		✓			
ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระและคณะ (2561)	✓	✓	✓		✓			✓		
กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2561)	✓	✓	✓					✓	✓	
พิศลยา ลักษณะโกเศศ (2561)	✓		✓	✓						
ชุตติกาญจน์ กันทะอุ (2560)	✓	✓	✓		✓					✓
อรกนก มณเฑียร (2560)					✓					✓
รุ่งราตรี อึ้งเจริญ และชวลีย์ ณ ถลาง (2560)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018).	✓			✓						

จากการทบทวนงานวิจัยและการสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าใน
การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้น ได้มีนักวิจัยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่หลากหลาย
ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ สรุปรวมเป็นรายด้านใหญ่ๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยนี้
ซึ่งตรงกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 3 องค์ประกอบ คือ 1. ศักยภาพในการ
ดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3. การบริหารจัดการ

(สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งก่อนที่จะมีการพัฒนาหรือส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพในปัจจุบันก่อน จึงจะทราบได้ว่าจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในทิศทางใด และผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้สำหรับทำการศึกษาข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร แสดงเป็นรูปแบบได้ดังภาพประกอบ 14



ภาพประกอบที่ 14 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

(คัมภีรพรรณ จักรบุตร และชัยธวัช ศิริบรรพพิทักษ์, 2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมามีวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามต่อเดือนนานๆ ครั้ง ส่วนมากพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางหนึ่งพันบาทหรือต่ำกว่า และมีการทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารจากอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค

(พูนทรัพย์ เศษศรี และคณะ, 2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2

วัน ช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือวันเสาร์และวันอาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดเลือกพักในที่พักประเภทโรงแรมและเดินทางด้วยรถยนต์ ส่วนตัว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

(ปัญญนุช ลิพหะสุวรรณ และคณะ, 2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 59.25 ส่วนใหญ่มีลักษณะในการเดินทาง เป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.50 จำนวนสมาชิกในการเดินทางระหว่าง 1-5 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 และไม่ได้พักแรมหรือนอนค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 79.50 มีค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทาง ระหว่าง 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.25 และจะเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 81.25

(อัญชลี สมใจ และคณะ, 2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับต่ำกว่า อนุปริญญาตรีส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ช่วงเวลาที่ นักท่องเที่ยววางแผนเดินทางส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลกับครอบครัว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เข้า - เย็นกลับ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่ำกว่า 500 บาท มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิง อาหาร กิจกรรมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระและทำบุญ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด โดยเฉพาะมีความต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมีความต้องการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด

(ชมพูนุท สมแสน และคณะ, 2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนน ผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร พบว่า ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าผ้าครามโดยเฉพาะ รองลงมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลักษณะในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง พาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดย

รถส่วนตัว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,501-2,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยว ถนนฟ้าคราม จังหวัดสกลนคร มากกว่า 3 ครั้ง และรู้จักถนนฟ้าคราม จากการบอกเล่าจากปากต่อปาก

(ลิปดา สรรพนิล, 2561b) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ.ชนอม จ.นครศรีฯ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มา อ.ชนอมเป็นครั้งแรก ต้องการมาพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นหลัก ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม คือ 2-4 คน และกลุ่มตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท โดยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลอื่นและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ความพึงพอใจการท่องเที่ยวชนอมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า พึงพอใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านคมนาคม และด้านราคาสินค้าและบริการ พึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านความปลอดภัย ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ที่พักใน อ.ชนอม 3 คืนขึ้นไป พึงพอใจมากกว่า ผู้ที่ไม่พักค้างคืนหรือพัก 2 คืน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า มีความต้องการให้มีการพัฒนาในเรื่องระบบการจราจรของ อ.ชนอม ให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกที่จอดรถในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะพื้นที่ตลาดและชุมชนที่พบปัญหา เช่น การจอดรถซ้อนคัน การตั้งร้านค้าแผงลอยบนท้องถนน รวมถึงการเพิ่มจุดเจ้าหน้าที่หรือช่องทางในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายในกรณีฉุกเฉิน การติดตั้งไฟแสงสว่าง และ CCTV ให้เพียงพอในจุดท่องเที่ยวสำคัญๆ และให้ร้านอาหารต่างๆ ที่มีรูปแบบหรือมาตรฐานร้านใกล้เคียงกันให้จำหน่ายอาหารในราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

(Nana Srithammasak & Supaphorn Akkapin, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ไม่น้อยกว่า/เท่ากับ 5,000 US.D. โดยส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศเยอรมนี มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันกับคู่รักสามี/ภรรยา วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวคือ เว็บไซต์ไม่ใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวแต่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้รถโดยสารสาธารณะ

(ปฐมา หาเรือนทรง, 2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 ราย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 124 ราย มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 ราย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 307 ราย มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 130 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ที่ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยมาไหว้พระ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1 ครั้ง จำนวน 197 ราย วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อสร้างบุญสร้างกุศล จำนวน 234 ราย เดินทางกับครอบครัว จำนวน 155 ราย เดินทาง 2-5 คน จำนวน 152 ราย เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 224 ราย ไหว้แต่ละวัดด้วยตนเอง จำนวน 276 ราย ใช้ระยะเวลา 1 วัน จำนวน 351 ราย เดินทางไปกลับ ไม่ได้ค้างคืน จำนวน 342 ราย ไปเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จำนวน 352 ราย มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาท จำนวน 225 ราย

(Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn, 2560a) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำ คลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาหรือมาเป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ช้อป/ช้อปปิ้ง/ซื้อของ สมาชิกที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน ใช้รถส่วนตัวเป็นยานพาหนะเดินทาง วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือวันหยุดสุดสัปดาห์ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ตนเอง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวคือ 1 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 500-1,000 บาท แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาเที่ยวคือ สื่อโทรทัศน์ โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางจำนวน 2 คน

(Pere Mercadé Melé Jesús Molina Gómez Maria José Sousa, 2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนและภาพลักษณ์สีเขียวที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมเมืองขนาดเล็กและเมืองขนาดกลาง ผลการวิจัย พบว่า มีนัยความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้แสดงถึงความใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีผลทางตรงที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกรอบ ส่วนผลทางอ้อมคือความเชื่อมั่น นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่ว่าความสัมพันธ์มีนัยสำคัญถ้าหากได้เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าที่จะแสดงถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้นิยามการจัดการมาปรับเพื่อสิ่งแวดล้อม

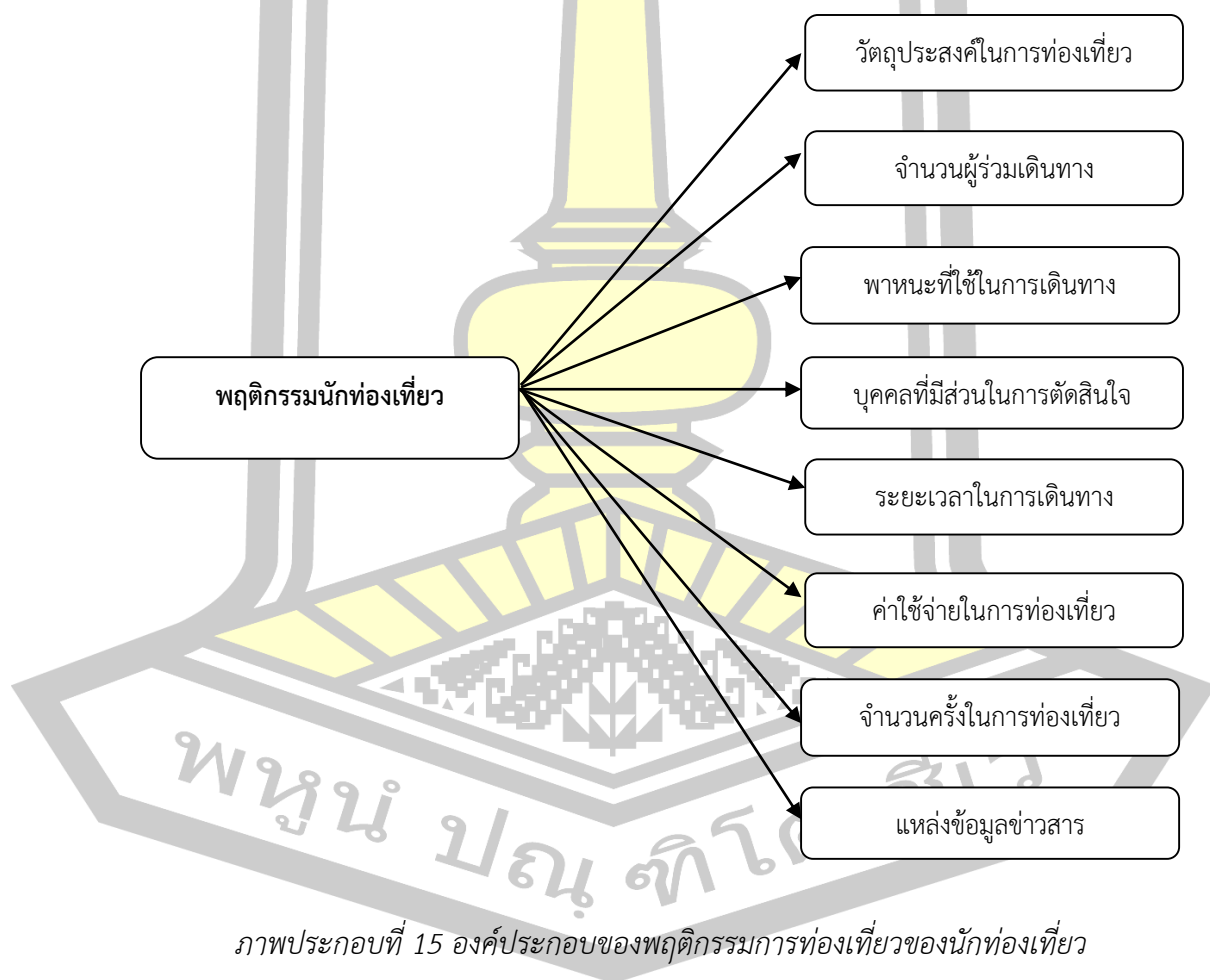
Park, S., Woo, M., & Nicolau, J. L. (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยกำหนด ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ได้วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด โดยการใช้ ทฤษฎีเชิงประจักษ์ ในการตรวจสอบปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่าย การหาค่าความคาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์ (Endogeneity) ที่เกิดขึ้น และอาศัยการวิเคราะห์ผลกระทบการถดถอยเชิงปริมาณ ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านการหาข้อมูลที่มีผลต่อการใช้จ่ายทั้งหมดรวมไปถึงสถานที่พัก แหล่งจ่ายสินค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และรวมไปถึงการใช้จ่ายในการขนส่งด้วย ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีผลกระทบในทางปฏิบัติทางการบริหาร (ในขณะที่ข้อมูลจากกรมวิทยาศาสตร์บริการ

ชี้ให้เห็นผลกระทบเชิงบวกที่อยู่เหนือค่าใช้จ่ายของค่าที่พัก แต่มีผลโหมฆะทางด้านผลกระทบที่มีค่าใช้จ่ายซื้อของ) ในขณะที่ ตัวแปรผลกระทบทฤษฎีทางบริหาร (ที่จะต้องดูเป็นพิเศษจะเป็นเรื่องระยะเวลาของการเข้าพัก ซึ่งหลักจากหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความแปรผันอย่างสมบูรณ์แบบ)

ตารางที่ 7 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัย	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว							
	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจ	ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว	แหล่งข้อมูลข่าวสาร
คัมภีรพรรณ จักรบุตร และชัยธวัช ศิริบวรพิทักษ์ (2566)	✓		✓			✓	✓	✓
พูนทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
บุญยงชู ลิหะสุวรรณ และคณะ (2565)		✓		✓		✓	✓	
อัญชลี สมใจและคณะ (2563)	✓	✓	✓	✓		✓		
ชมพูนุท สมแสน และคณะ (2562)	✓	✓	✓			✓	✓	✓
ลิปดา สรรพนิล (2561)	✓	✓				✓		✓
Nana Srithammasak และ Supaphorn Akkapin (2561)	✓		✓					✓
ปฐมา หาเรือนทรง (2560)			✓		✓	✓	✓	
Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn (2560)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Mercade Mele, P., Molina Gómez, J., & Sousa, M. J. (2020).	✓	✓					✓	
Park, S., Woo, M., & Nicolau, J. L. (2020).						✓	✓	✓

จากการทบทวนงานวิจัยและการสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นได้มีนักวิจัยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ สรุปรวมเป็นรายด้านใหญ่ๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ ใช้คำถามค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 1. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว 2. ผู้ร่วมเดินทาง 3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 4. การพักค้างคืน/ประเภทที่พัก 5. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว และ 8. แหล่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งแสดงเป็นรูปแบบได้ ดังภาพประกอบ 15



ภาพประกอบที่ 15 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

(พิศมัย จัตูรัตน์ และชวลีย์ ณ ถกลาง, 2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ

(เกริกกิต ชัยรัตน์ และคณะ, 2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น การตักบาตรข้าวเหนียว มีป้ายราคาสินค้าราคาอาหารและราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์เข้าถึงได้ง่าย มีการนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการจัดกิจกรรม แลนทริสคาร์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีอย่างต่อเนื่องด้วยการใช้สื่อหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่รวดเร็วถูกต้องและเพียงพอ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามมีความหลากหลายทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวได้มาตรฐาน มีมาตรการการรักษาความปลอดภัยและการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร หอน้ำ

(ปิ่นอนงค์ แก้วแว่น้อย และผกาภาส ชัยรัตน์, 2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด ลพบุรี คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ด้านราคา อัตราค่าธรรมเนียมในการทำกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเหมาะสม ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ระยะเวลาเปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมด้านศาสนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยว ดานบุคลากร เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ดานกระบวนการ การให้บริการนักท่องเที่ยว

(พิมพ์วรรณ สุ่มขำ, 2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดน่าน มีระดับการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด อันดับแรก

คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมา ด้านบุคคล และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวใน จังหวัดน่านไม่แตกต่างกัน

(ชมพูนุท สมแสน และคณะ, 2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ให้ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจด้านบุคลากร พ่อค้า แม่ค้าพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงถนนผ้าคราม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เส้นทางเดินชมตลาดมีความสะดวก ด้านราคา เรื่องความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ด้านกระบวนการ จำหน่ายสินค้าและอาหารด้วยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ด้านส่งเสริมการตลาด การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์ และด้านที่ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ การจัดแบ่งโซนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ตามลำดับ

(ศิริธิดา ภูมิจรรณูณี, 2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม (7Ps) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.11 ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยด้านราคาและบริการมีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.05 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ การทดสอบค่าที (t-test) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แตกต่างกันการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One -way ANOVA) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน

(สมหทัย จารุมิลินท, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว คือ ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมา

ท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(กนิษฐา เกิดฤทธิ์, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต และเพื่อเปรียบเทียบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้านนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

(Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn, 2560b) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำ คลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด (4P) อยู่ในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์คือ มีสินค้ามีความหลากหลาย เช่น มีสินค้า OTOP ของที่ระลึก ผักและผลไม้ประจำฤดูกาล และมีสินค้าอาหาร เครื่องดื่มปลอดสารพิษ เช่น ผักและผลไม้อร์แกนิก สบู่สมุนไพร เป็นต้น ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง อาทิเช่น ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับตัวสินค้า มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางในราคาปลีก/ส่ง เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายต่อ มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของรัฐบาลสื่อวิทยุและโทรทัศน์รวมทั้งการจัดแถลงข่าวเปิดงานและป้ายโฆษณา เป็นต้น

(Khatab J. J. Esmael E. S. & Othman, 2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง มิติของส่วนประสมการตลาดบริการและผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : กรณีศึกษาธนาคารระหว่างประเทศ เคอร์ดีสถาน ผลวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และได้ศึกษาเชิงลึกในด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการ ในการบริการของธนาคารระหว่างประเทศเคอร์ดีสถานสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้

(Mahfuzur Rahman Mohammad Shariful Islam Md. Al Ami Rebaka Sultana & Md. Imran Talukder, 2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการหาผลกระทบในแต่ละส่วนของส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ Ahsan Manzil บังกลาเทศ ผลการศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรทั้งหมดที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ยกเว้นกิจกรรมส่งเสริมการขาย และสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ที่ได้ศึกษาวิจัยของบทความนี้คือมันการแสดงให้เห็นถึงผลที่ตามมาจกความพึงพอใจและความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจและเพื่อมุ่งเน้นเฉพาะในกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยสรุปแล้วจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้าน ราคา มีผลกระทบมากที่สุด สถานที่ และผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับ ส่วนลักษณะทางกายภาพจะเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อการบริการเชิงบวก ส่วนบุคลากรและกระบวนการนั้นมาเป็นอันดับสุดท้ายที่มีผลกระทบ ยกเว้นการส่งเสริมทางการตลาดที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจลูกค้า

(M. E. Prayogi M. A. & Sari M. Azhar, 2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของส่วนประสมการตลาดและคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่ Samosir ผลการวิจัย พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดมีผลกระทบเชิงบวกมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพของการบริการมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายพื้นที่ Samosir ส่วนประสมทางการตลาดมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกและนัยสำคัญต่อความภักดีนักท่องเที่ยว .

(Doaa Salman Yasser Tawfik Mohamed Samy Andrés Artal-Tur, 2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบส่วนประสมการตลาดใหม่เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมบริการ : หลักฐานจากอียิปต์หลังจากอาหารับสปริงผลการวิจัย พบว่า เพื่อเสนอรูปแบบของส่วนผสมทางการตลาดแบบใหม่ที่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์คับขัน การนำแบบจำลองแบบใหม่เพื่อให้เข้ากับส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมซึ่งกำหนดเป้าหมายเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ และการส่งเสริมการขาย แบบจำลองใหม่นี้กำหนดช่องทางแนวความคิดแบบใหม่เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้จัดการวิฤติในฐานะโอกาสทางธุรกิจในการสร้างลูกค้าให้มากขึ้นในธุรกิจโรงแรม

(M. Siakalli A. Masouras and C. Papademetriou, 2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง e-Marketing ในอุตสาหกรรมโรงแรม: กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด การศึกษาวิจัยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และวิธีการปฏิบัติทางการตลาดทางช่องทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมโรงแรม การตรวจสอบส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมซึ่งประกอบด้วย 4P ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด รวมถึงความสัมพันธ์ของลูกค้าถูกใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์เชิงปริมาณจะช่วยดำเนินการในการตรวจสอบส่วนประสม

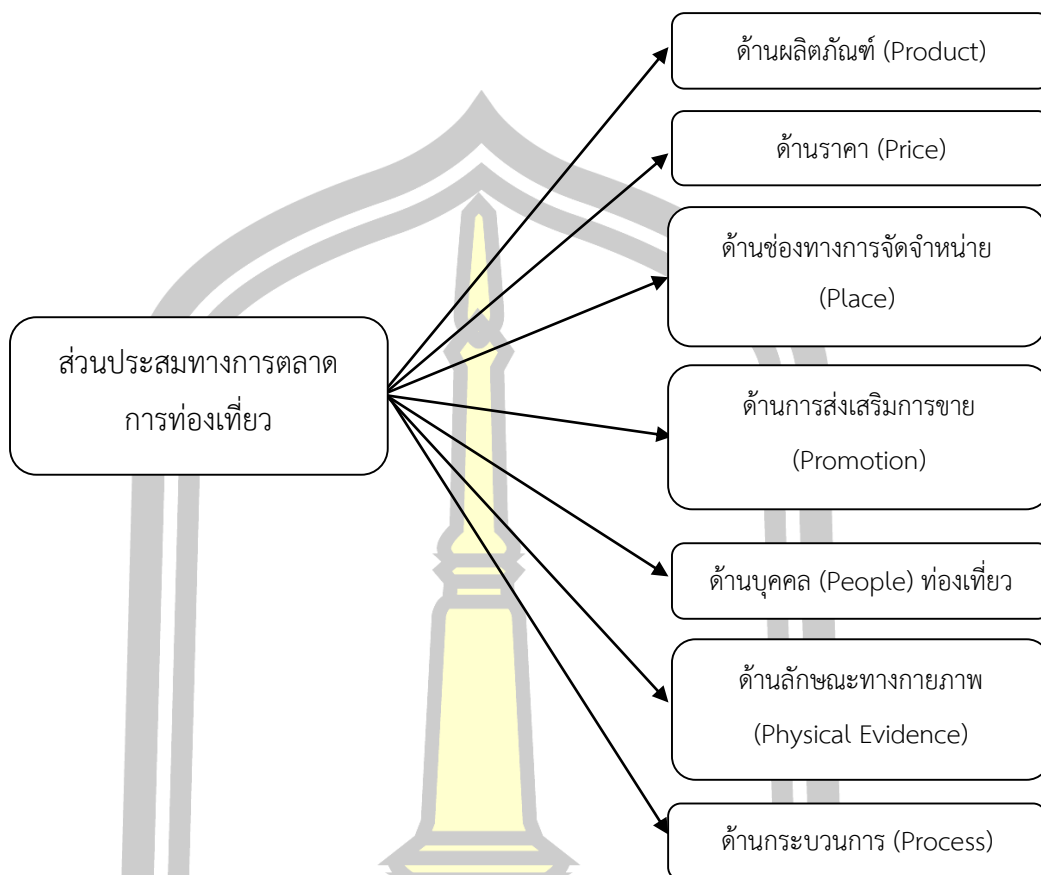
ทางการตลาดข้างต้น โดยกลุ่มตัวอย่างโรงแรมในไซปรัส การศึกษาในเขตพื้นที่นี้มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสำรวจว่าโรงแรมใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพครบวงจรหรือการใช้ศักยภาพจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเต็มที่ เพื่อเป็นนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ

ตารางที่ 8 ตารางสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

ผู้วิจัย	ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว							
	Product	Price	Place	Promotion	People	Physical Evidence	Process	
พิศมัย จัตูรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง (2566)	√	√	√	√	√	√	√	
เกริกกิต ชัยรัตน์ และคณะ (2565)		√	√	√			√	
ปิ่นอนงค์ แก้วแว่น้อย และผกา มาศ ชัยรัตน์ (2565)	√	√	√	√	√		√	
พิมพวรรณ สุ่มซ่า (2565)				√	√	√		
ชมพูนุท สมแสนและคณะ (2562)	√	√	√	√	√	√	√	
ศิวธิดา ภูมิมรรณี (2562)	√	√	√	√	√	√	√	
สมหทัย จารุมลิตินท (2561)	√			√				
กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2561)	√	√	√	√	√	√	√	
Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn (2560)	√	√	√	√				
Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., & Othman, B. (2019).	√	√	√	√	√	√	√	
Rahman et al. (2019)	√		√	√	√	√	√	
Azhar, M. E., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2018).	√	√	√		√			
Salman, D., Tawfik, Y., Samy, M., & Artal-Tur, A. (2017).	√	√	√			√		
Siakalli, M., Masouras, A., & Papademetriou, C. (2017).	√	√	√	√				

จากการทบทวนงานวิจัยและการสรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวนั้น ได้มีนักวิจัยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ สรุปรวมเป็นรายด้านใหญ่ๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยนี้ ซึ่งตรงกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's (B.H., 1981; P. and Armstrong, 2005; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ซึ่งประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) 5. ด้านบุคคล (People) 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7. ด้านกระบวนการ (Process) ผู้วิจัยเลือกใช้ 7 Ps เนื่องจากพื้นฐานมาจากส่วนผสมทางการตลาดหรือที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps โดยมีส่วนประกอบดังนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และในเวลาต่อมาเพื่อเพิ่มให้กลยุทธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะกับธุรกิจบริการจึงต้องมีการเพิ่มมาอีก 3 องค์ประกอบคือ ผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) รวมกันเป็น 7Ps เพื่อให้ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ซึ่งแสดงเป็นรูปแบบได้ ดังภาพประกอบ 16





ภาพประกอบที่ 16 องค์ประกอบของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีกรอบแนวคิดของการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ ดังนี้

1) แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย 1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3. การบริหารจัดการ ซึ่งก่อนที่จะมีการพัฒนาหรือส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพในปัจจุบันก่อน จึงจะทราบได้ว่าจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในทิศทางใด และหากนำหลักการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมาปรับใช้ก็จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดีมากยิ่งขึ้น

2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้คำถามค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว 2. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 4. บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ 5. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว และ 8. แหล่งข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด รวมทั้งทำให้เกิดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรับรองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ เพื่อใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยนี้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's ซึ่งประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) 5. ด้านบุคคล (People) 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7. ด้านกระบวนการ (Process) ผู้วิจัยเลือกใช้ 7 Ps เนื่องจากหากเป็นสินค้าจะมีส่วนประสม 4 ปัจจัย คือ 4Ps โดยมีส่วนประกอบดังนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ส่วนผสมทางการตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าธรรมดาทั่วไป เพราะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน การให้บริการในกระบวนการต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่วนนี้ผสมกันเป็นหลักของการส่งมอบบริการ สำหรับตลาดธุรกิจบริการนั้น จะมีการทำการตลาดในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มอีก 3 ปัจจัยคือ ผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) รวมกันเป็น 7Ps เพื่อให้ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

พูน ปรุ ทิโต ชีเว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Research Method) กล่าวคือ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ร่วมกับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการอธิบายรายละเอียดในสภาวะแวดล้อมและบริบทสังคม โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยแต่ละข้อดังนี้

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

พนุน ปณ ภิโต ชีเว

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายที่ 1 นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร เพื่อศึกษานโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร ปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

1.2 ภาคเอกชน คือ หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจของที่ระลึก

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครอย่างบูรณาการและยั่งยืน ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 9 คน จาก 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

2.1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร ปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

2.2 ภาคเอกชน จำนวน 4 คน ประกอบด้วย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารที่สามารถรองรับคนได้มากกว่า 50 คนขึ้นไป ธุรกิจที่พัก และธุรกิจของที่ระลึก ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวไม่เกิน 10 กิโลเมตร กำหนดอำเภอเมืองสกลนครและอำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาวิจัย กำหนดสัมภาษณ์บุคคลซึ่งเป็นผู้ดำเนินการและมีอำนาจการบริหารจัดการองค์กร ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร่วมสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่อยู่ สถานที่สัมภาษณ์ วันที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร่วมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เป็นต้น

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาแบบสัมภาษณ์การสัมภาษณ์ ในเชิงลึก (In - depth interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามลำดับ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2.2 นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับนโยบายของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

2.3 นำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา ความเที่ยงตรง (Validity) ของการวัด และความครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย แล้วนำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข นำแบบสัมภาษณ์

2.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่ามีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

2.4.1 ดร.วินิธา พานิชย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2.4.2 ผศ.สุติมา ฮามคำไพ สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

2.4.3 ผศ.ดร.กันตีมาลัย จินดาประเสริฐ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.4 ดร.โอษฐ์ญา บัชรรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.5 ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.5 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

2.6 จัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ เพื่อผ่านกระบวนการการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หลังผ่านการประเมินจึงจัดทำแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. ทำการขอหนังสือจากคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน
3. การลงพื้นที่เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมาย ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2565

4. ถอดเทปคำสัมภาษณ์

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ในเชิงลึก (In - depth interview) โดยผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถได้เนื้อหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ด้วยการจดบันทึกขณะทำการสัมภาษณ์และบันทึกเสียง การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์ โดยได้มีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ได้มีการกำหนดไว้แบบมีโครงสร้าง โดยกำหนดคำถามหลักแล้วค่อยถามต่อเนื่องเมื่อมีประเด็นที่สำคัญ

การจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - Structured Interview)
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น จากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการวิจัย และนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำผลที่ได้มาประมวลเป็นผลการวิจัย โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามทฤษฎีของ Miles and Huberman (1994) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบอยู่ใน สถานะที่พร้อมจะแสดงและนำเสนอ โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่
 - 1.1 ข้อมูลทางด้านกายภาพ เป็นข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเสียง มีการถอดข้อความ และจัดระเบียบ
 - 1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ยังไม่ได้ ตีความหรือวิเคราะห์มาจัดเรียงประเภทหรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายที่ตรงกับประเด็นในการวิจัย
2. การแสดงข้อมูล (Data display) การนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากการจัดระเบียบข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและใช้ตารางในการแสดงข้อมูล
3. การหาข้อสรุป โดยการตีความ การตรวจสอบความถูกต้อง และตรงประเด็นของ ผลการศึกษาวิจัย (Conclusion, Interpretation and Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ ค้นพบแล้วนำมาตีความ และตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษา เพื่อที่จะให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์

ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายที่ 2 นี้ เป็นวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาจากแบบสอบถามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร 3 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จาก 9 หมู่บ้าน โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน จำนวน 7,091 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2563)

1.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อบต. ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น

1.3 ภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ได้แก่ เจ้าของกิจการร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร 3 กลุ่ม เพื่อต้องการเสียงส่วนใหญ่ด้านศักยภาพ จากคนในชุมชน ซึ่งได้แก่

2.1 ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จาก 9 หมู่บ้าน โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรสหรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน จำนวน 350 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางของ (Krejcie R. V. and Morgan D. W. (). 1970) โดยใช้ขั้นตอนการหากลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็น สัดส่วน(Proportionate Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรในแต่ละหมู่บ้าน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) ดังตาราง 9

ตารางที่ 9 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับหัวหน้าครัวเรือนตามพื้นที่วิจัย

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวนครัวเรือน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร	384	39
2. สะพานขอมหรือสะพานหิน	268	27
3. ศูนย์วัฒนธรรมไทยโส้	180	18
4. ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทึบ	642	64
5. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น	214	22
6. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ	403	40
7. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง	210	21
8. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด	578	58
9. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่	613	61
รวม	3,492	350

(สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563a; สำนักบริหารการทะเบียน, 2563)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนแสดงความคิดเห็น

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาคุณภาพของแบบสอบถามตามลำดับ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การ

ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานในการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา ความเที่ยงตรง (Validity) ของการวัด และความครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย แล้วนำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถาม

2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่ามีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

2.4.1 ดร.วินิชา พานิชย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2.4.2 ผศ.สุติมา ฮามคำไพ สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

2.4.3 ผศ.ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.4 ดร.โอชัยญา บัชรธรรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.5 ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.5 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

2.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามมาแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญ ได้เสนอแนะใช้ (Try-Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination) โดยใช้เทคนิค Item-Total Correlation หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (สุวิมล ติरणันท์, 2550) เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นแล้ว หากค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.70 ลงมาต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์ หลังจากได้ทำการทดสอบเครื่องมือและได้วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.887 ถือว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.7 นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2.8 จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อผ่านกระบวนการการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หลังผ่านการประเมินจึงจัดทำแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำนวน 9 แห่ง รวมทั้งสิ้น 347 ชุด

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีผู้ช่วย จำนวน 2 คน รวมผู้วิจัยเป็น 3 คน โดยผู้วิจัยได้อธิบาย แนะนำ วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กับผู้ช่วยเข้าใจก่อนทำการเก็บข้อมูล

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มแจกแบบสอบถามตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564 – กุมภาพันธ์ 2565

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยมีการตรวจสอบความความสมบูรณ์ในการตอบคำถามของแบบสอบถามทุกชุด

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 ชุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนแสดงความคิดเห็น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่หาคุณภาพเครื่องมือ ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient หรือ α - Coefficient)
2. สถิติพื้นฐาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างนำเสนอด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายที่ 3 นี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ในปี 2561 จำนวน 182,411 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครทั้ง 9 แห่ง โดยอ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 182,411 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) โดยใช้สูตรคำนวณ กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ตาม แนวคิดของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) (Yamane, Taro 1973 อ้างอิงใน ศิริพงษ์ พงศ์ พงษ์พันธ์. 2553)

สูตรการคำนวณ

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด

$$\begin{aligned}
 e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง} \\
 \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{182,411}{1+182,411 (0.05)^2} \\
 &= 399.1247 \\
 &= 400 \text{ กลุ่มตัวอย่าง}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการให้โควตาของกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องเก็บแบบสอบถามเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 405 คน เพื่อให้ทุกพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสำคัญเท่าเทียมกัน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ดังตาราง 10

ตารางที่ 10 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับนักท่องเที่ยวตามพื้นที่วิจัย

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร	45
2. สะพานขอมหรือสะพานหิน	45
3. ศูนย์วัฒนธรรมไทยโส้	45
4. ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทึบ	45
5. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น	45
6. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ	45
7. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง	45
8. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด	45
9. ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่	45
รวม	405

(สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563b)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนแสดงความคิดเห็น

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาคุณภาพของแบบสอบถามตามลำดับ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานในการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา ความเที่ยงตรง (Validity) ของการวัด และความครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย แล้วนำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถาม

2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่ามีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

2.4.1 ดร.วินิธา พานิชย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2.4.2 ผศ.สุติมา ฮามคำไพ สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

2.4.3 ผศ.ดร.กันติมาลัย จินดาประเสริฐ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.4 ดร.โอชัญญา บัวธรรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4.5 ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.5 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

2.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามมาแก้ไขตามที่
ผู้เชี่ยวชาญ ได้เสนอแนะใช้ (Try-Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร แต่ไม่ใช่กลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination) โดยใช้เทคนิค Item-
Total Correlation หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์
แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (สุวิมล ติรภานันท์,
2550) เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นแล้ว หากค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.70 ลงมาต้องนำมาปรับปรุงแก้ไข
จนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์ หลังจากได้ทำการทดสอบเครื่องมือและได้วิเคราะห์หาค่าความ
เชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.956 ถือว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้เก็บ
ข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.7 นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่
ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2.8 จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อผ่านกระบวนการการประเมิน
จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หลังผ่านการประเมินจึงจัดทำแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการเก็บ
รวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
ได้แก่ แบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำนวน 405 ชุด

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีผู้ช่วย จำนวน 2 คน รวมผู้วิจัยเป็น
3 คน โดยผู้วิจัยได้อธิบาย แนะนำวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กับผู้ช่วยเข้าใจก่อนทำการ
เก็บข้อมูล

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มแจกแบบสอบถามตั้งแต่เดือน
กรกฎาคม 2564 – กรกฎาคม 2565

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยมีการ
ตรวจสอบความความสมบูรณ์ในการตอบคำถามของแบบสอบถามทุกชุด

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 405 ชุด
ด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) โดยใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) ระดับ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนแสดงความคิดเห็น

โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้วิธีของ Likert (1967) คือ

- | | | |
|---------|---------|---------------------------|
| คะแนน 5 | หมายถึง | ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด |
| คะแนน 4 | หมายถึง | ความคิดเห็นด้วยมาก |
| คะแนน 3 | หมายถึง | ความคิดเห็นด้วยปานกลาง |
| คะแนน 2 | หมายถึง | ความคิดเห็นด้วยน้อย |
| คะแนน 1 | หมายถึง | ความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด |

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถวัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้

$$\text{ช่วงชั้นคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$=$$

$$= 0.80$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่หาค่าคุณภาพเครื่องมือ ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient หรือ α - Coefficient)

2. สถิติพื้นฐาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อมูลทั่วไป ของตัวอย่างนำเสนอด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติทดสอบสมมุติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบ สมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test แบบ Independent Sample (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่ม และในกรณีที่ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple comparisons) ด้วย วิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe Method) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายที่ 4 นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3 กลุ่ม คือ

1.1 ภาครัฐ ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สกลนคร พัฒนาการจังหวัด พัฒนาการอำเภอ และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

1.2 ภาคเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดสกลนคร สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจของที่ระลึก

1.3 ภาคประชาชน คือ กลุ่มประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครได้แก่ อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอเต่างอย อำเภอโพนนาแก้ว อำเภอภูพาน อำเภอเมืองสกลนคร อำเภวาริชภูมิ อำเภอสว่างแดนดิน อำเภออากาศอำนวย และอำเภอวานรนิวาส

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 22 คน ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

2.1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร พัฒนาการจังหวัด พัฒนาการอำเภอ และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

2.2 ภาคเอกชน จำนวน 5 คน ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดสกลนคร สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจของที่ระลึก

2.3 ภาคประชาชน จำนวน 12 คน ประกอบด้วย กลุ่มประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครได้แก่ อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอเต่างอย อำเภอโพนนาแก้ว อำเภอภูพาน อำเภอเมืองสกลนคร อำเภวาริชภูมิ อำเภอสว่างแดนดิน อำเภออากาศอำนวย และอำเภอวานรนิวาส

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เป็นโครงสร้างคำถามสำหรับกำหนดประเด็นพูดคุยซึ่งจะทำให้สามารถรับทราบความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ

1.2 แบบบันทึกข้อมูลจากผลได้ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการจังหวัดสกลนครเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.3 เครื่องมือบันทึกภาพและเสียงจากการสนทนากลุ่ม ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ กล้องถ่าย VDO

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

2.1 กำหนดโครงสร้างคำถามและวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยง

2.2 เขียนแบบบันทึกแต่ละครั้งเสนอให้ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาข้อความและความตรงเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่ามีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

2.3.1 ดร.วินิธา พานิชย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2.3.2 ผศ.สุติมา ฮามคำไพ สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

2.3.3 ผศ.ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.3.4 ดร.โอษฐ์ญา บัวธรรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.3.5 ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.4 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

2.5 จัดทำเป็นแบบสนทนากลุ่มฉบับสมบูรณ์ เพื่อผ่านกระบวนการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หลังผ่านการประเมินจึงจัดทำแบบสนทนากลุ่ม เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.6 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เป็นการสัมภาษณ์ในรูปแบบหนึ่งที่รวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่ม (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง เพื่อสังเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงบูรณาการจังหวัดสกลนครเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และช่วยให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.7 ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) และนำข้อมูลที่ได้เขียนแบบบันทึกตามโครงสร้างองค์ประกอบตามประเด็นหัวข้อของการสนทนากลุ่มด้วยความตรงเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ให้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการจังหวัดสกลนครเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากนั้นผู้วิจัยได้เผยแพร่แนวทางการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้ช่วยนักวิจัยในพื้นที่ให้มาร่วมการ สทนากลุ่ม
2. การดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) โดยมีขั้นตอน กระบวนการ คือ
 - 2.1 ชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการสนทนากลุ่ม
 - 2.2 สร้างความคุ้นเคยโดยการแนะนำตัวเองและแนะนำผู้ช่วยนักวิจัย
 - 2.3 กำหนดประเด็นคำถามให้วิเคราะห์
 - 2.4 สรุปประเด็นหรือหัวข้อในการระดมความเห็นตามกรอบแนวคิด
3. การดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) ตามวัน เวลา และ สถานที่นัดหมาย ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ในวันศุกร์ที่ 17 มีนาคม 2566

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ด้วยวิธีการแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) โดยผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ ของงานวิจัยอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถได้เนื้อหาตามวัตถุประสงค์

การจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการ สัมภาษณ์ทั่วไป และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล เบื้องต้น จากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนด แนวทางการวิจัย และนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำผลที่ได้มาประมวลเป็น ผลการวิจัย โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามทฤษฎีของ Miles and Huberman (1994) โดย ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบอยู่ใน สถานะที่พร้อมจะแสดงและนำเสนอ โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1.1 ข้อมูลทางด้านกายภาพ เป็นข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเสียง มีการถอดข้อความและจัดระเบียบ

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ยังไม่ได้ ตีความหรือวิเคราะห์มาจัดเรียงประเภทหรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายที่ตรงกับประเด็นในการวิจัย

2. การแสดงข้อมูล (Data display) การนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากการจัดระเบียบข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและใช้ตารางในการแสดงข้อมูล



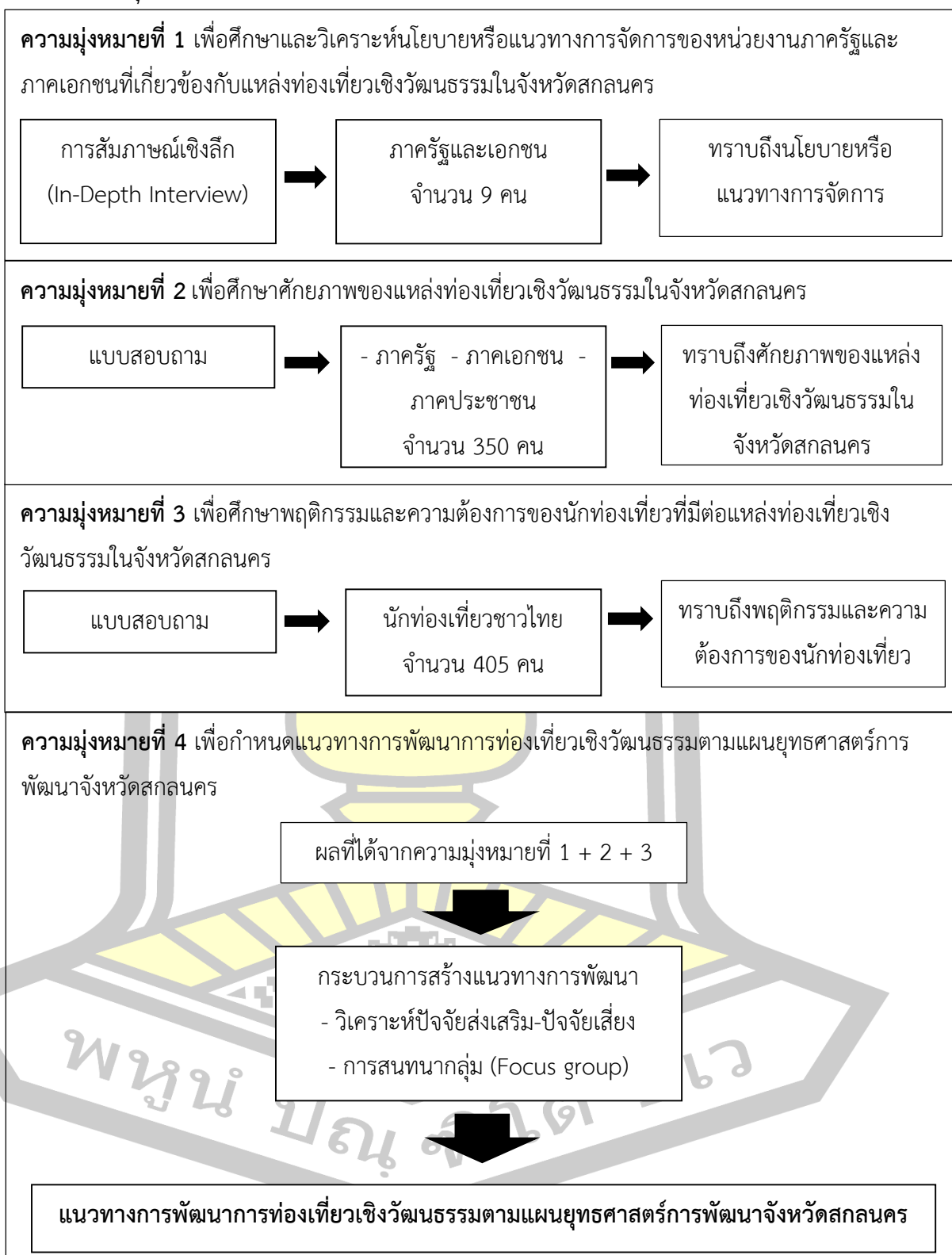
ตารางที่ 11 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	การสุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	- ภาครัฐภาค จำนวน 5 คน - ภาคเอกชน จำนวน 4 คน	- การสุ่ม ตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive sampling)	- การทบทวน วรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง - แบบสัมภาษณ์	- การสัมภาษณ์ เชิงลึก (In-depth interview)	- การวิเคราะห์เชิง เนื้อหา (Content analysis)
2. เพื่อศึกษา ศักยภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมใน จังหวัดสกลนคร	- ภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาชน จำนวน 350 คน (Krejcie and Morgan)	- การสุ่ม ตัวอย่างแบบ ตามสะดวก (Convenience Sampling Random)	- แบบสอบถาม (Questionnaire)	- การเก็บ แบบสอบถาม (Questionnaire)	- การแจกแจง ความถี่ (Frequency) - ค่าเฉลี่ย (Mean) - ร้อยละ (Percentage)
3. เพื่อศึกษา พฤติกรรมและ ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมใน จังหวัดสกลนคร	- นักท่องเที่ยวชาว ไทย จำนวน 405 คน (Taro Yamane)	- การสุ่มกลุ่ม ตัวอย่างแบบ บังเอิญ (Accidental sampling)	- แบบสอบถาม (Questionnaire)	- การเก็บ แบบสอบถาม (Questionnaire)	- การแจกแจง ความถี่ (Frequency) - ค่าเฉลี่ย (Mean) - ร้อยละ (Percentage) - ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

ตาราง 11 (ต่อ)

ความมุ่งหมายของการวิจัย	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	การสุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
					(Standard Deviation) - การทดสอบค่า (t-test) - สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) - ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple comparisons) ด้วยวิธีการของเซฟเฟ้ (Scheffe Method)
4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร	- ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 22 คน	- การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)	- แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)	- วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยง - การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)	- การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

ตารางที่ 12 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{x}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าที (t-test)
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova)
Sig	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดตามความมุ่งหมายของการวิจัยแต่ละข้อดังนี้

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

โดยการศึกษาจากเอกสาร เพื่อศึกษานโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น 9 คน เข้าร่วมในการสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน จำนวน 4 คน ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาวิจัย กำหนดสัมภาษณ์บุคคลซึ่งเป็นผู้นำในองค์กรและมีอำนาจการบริหารจัดการองค์กร ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลการจากวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้เกี่ยวกับการศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ผลการวิเคราะห์ พบว่า

1. วัตถุประสงค์ของนโยบาย

1.1 ปัจจุบันหน่วยงานมีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...มีการตั้งศักยภาพที่โดดเด่นของสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุดในเรื่องของการท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต เช่น การทอผ้า อาหารที่มี 3 ด้า ประกอบด้วย ไก่ดำ หมูดำ วัวดำ รวมไปถึง 3 ธรรม ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 (2565 : สัมภาษณ์) และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...ในส่วนของนโยบายของทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ ยังไงเราก็ต้องการเชื่อมโยงกับทางกระทรวงและจังหวัด พอดีกระทรวงเราปรับบทบาทกระทรวง เป็นกระทรวงสังคมกึ่งเศรษฐกิจ ก็เลยเน้นทางด้านยกระดับเทศกาลประเพณี ยกกระดับการท่องเที่ยว แต่ของเราก็จะมีมิติทางด้านวัฒนธรรม เทียวชุมชนวิถีจะเน้นพลัง 3 พลังบวร บ้าน วัด โรงเรียนที่จะขับเคลื่อนตรงนี้” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...ส่วนใหญ่ก็จะเป็นงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริม ให้การสนับสนุนหน่วยงานเรามีศักยภาพในเรื่องการจัดบริการสาธารณะ 1 ในนี้ก็เป็นเรื่องของการท่องเที่ยว แต่ว่าถ้าเป็นนโยบายตรงๆ ที่เป็นมาจากส่วนกลางก็ยังไม่ในส่วนนี้ ส่วนนี้ก็เป็นในส่วนราชการที่มีภารกิจในส่วนนี้อยู่แล้ว” (K4) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...ในส่วนของหน่วยงานนโยบายตรงๆ

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่มี แต่การดำเนินงานการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือการอุดหนุนคือ การไปส่งเสริม เช่น งานประสาตผึ้ง งานแห่ดาว และการจัดโครงการเอง อย่างเช่น งานแข่งเรือออกพรรษา งานชนเผ่า” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...หน่วยงานขององค์กรเรา ได้ช่วยผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ได้มีความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องของการเป็นผู้ให้บริการ ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการนำเที่ยว เนื่องจากสมาคมท่องเที่ยวสกลนคร นั้นมีมีคฤศ์ที่มีบัตรและมีความสามารถหลายท่าน โดยให้ท่านเป็นที่ปรึกษาและช่วยเหลืออบรม” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 (2565 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “...ตอนนี้ทางหน่วยงานยังไม่มียุทธศาสตร์เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่แฝงอยู่ในการบริการ และหน่วยงานไหนที่มาขอความร่วมมือ เราก็ ยินดีให้ความร่วมมือกับทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนทุกหน่วยงาน” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ สัมภาษณ์คนที่ 8 และคนที่ 9

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ในประเด็นปัจจุบันหน่วยงานมีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทาง เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็น ประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานมีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครพนม การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร และวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีการดัดศักยภาพที่ โดดเด่นของสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุดในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ที่ได้ช่วยให้ ผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ได้มีความรู้ความเข้าใจ ในเรื่อง ของการเป็นผู้ให้บริการ ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการนำเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจังหวัดสกลนครในหน่วยงาน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “...ดัดศักยภาพที่โดดเด่นของ สกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุดในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ผู้ให้ สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “...วัตถุประสงค์ของนโยบายส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของการ ประชาสัมพันธ์ และการจัด Event” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “...ยกระดับการท่องเที่ยว ที่ เกี่ยวข้องกับ 5F ประกอบด้วย 1. อาหาร (Food) 2. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3. ผ้าไทยและ การออกแบบแฟชั่น (Fashion) 4. มวยไทย (Fighting) และ 5. เทศกาลประเพณี (Festival) ให้เป็นที่ รู้จักและรู้คุณค่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร การค้นหาไม่ว่าด้านประเพณี วัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ อันไหนที่มีเสน่ห์ มีอัตลักษณ์ในพื้นที่ อันไหนที่ ดึงดูดการท่องเที่ยวก็จะเสริมเข้าไปตรงนี้ นโยบายคือไปด้วยกันได้กับของทางจังหวัด” ผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่ 6 กล่าวว่า “...วัตถุประสงค์มี 2 ข้อคือ 1. ช่วยยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร และ 2. ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวและการบริการของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร วัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครในหน่วยงาน ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. มีวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางในการดัดศักยภาพที่โดดเด่นของจังหวัดสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. การช่วยยกระดับ เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

2. ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

2.1 นโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครของหน่วยงานของท่าน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำไปปฏิบัติหน่วยงานใดบ้าง และมีประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านใดบ้าง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “...แนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร เรื่องของการท่องเที่ยวมันเป็นการเอามาผสมผสานทุกด้าน เช่น เรื่องการทอผ้าหรือผ้าคราม ตัวพัฒนาชุมชนมีหน้าไปพัฒนาชาวบ้านให้ชาวบ้านมีการทออย่างมีคุณภาพ ให้ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันเรื่องการจำหน่าย พาณิชย์จังหวัดก็เริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องว่า ช่องทางการจำหน่ายตลาดเราจะอยู่ที่ไหน เราจะไปขายยังไงแบบไหน ขณะเดียวกันก็จะมี การออกแบบดีไซน์ ทั้ง Packaging รูปลักษณ์ เสื้อผ้า ไม่ใช่แค่ผ้าอย่างเดียว ความต้องการของตลาด อาจจะไม่ได้ออกแบบแค่เป็นผืน ต้องมีการดีไซน์เพื่อตอบโจทย์ทางการตลาดมากขึ้น ขณะเดียวกัน ถ้าอยากทำให้คนรู้ว่าผ้าครามอยู่ที่ไหนบ้างของสกลนคร ก็จะเป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างเช่น ททท. ก็ต้องทำในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง มองไปถึงการทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงด้วย ออกแบบการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไปถึงชุมชนเป็นการเข้าไปกระจายรายได้เข้าถึงตัวชุมชนโดยตรง ท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดก็อาจจะต้องมีส่วนในการเข้ามาจัดอบรมความรู้ช่วยกับทางพัฒนาชุมชนด้วย เพราะฉะนั้นจึงเห็นได้ว่ามันเป็นการบูรณาการกันเยอะมากในเรื่องของการท่องเที่ยวในหลายๆ หน่วยงานที่เข้ามา เป็นการทำงานที่ดึงเอาความที่เชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงานออกมา ทำให้งานประสบความสำเร็จมีประสิทธิภาพมากขึ้น” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “...มีแค่ 2 หน่วยงาน คือ ท่องเที่ยวและกีฬา และวัฒนธรรมจังหวัด ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “...มี 3 หน่วยงาน คือ 1. สภาวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มี

งานที่เกี่ยวข้องในเรื่องร่วมงานและช่วยงานในส่วนของการจัดงานทางวัฒนธรรมหลายพื้นที่ 2. สำนักวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครมีงานเกี่ยวข้องในเรื่องการร่วมงาน เช่น การจัด fam trip ของการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร เพื่อใช้ในการทดสอบและทดลองในทริปท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้มีความหลากหลายและหลายรูปแบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครและในจังหวัดต่างๆ ได้มาท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด มีงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการร่วมงาน เช่น การจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยใช้วิทยากรของสมาคมท่องเที่ยว ผ่านโครงการของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การทำงานร่วมกับหลายๆหน่วยงานทำงานมี connection มากขึ้น”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ในประเด็นนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครของหน่วยงานของท่าน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำไปปฏิบัติหน่วยงานใดบ้าง และมีประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านใดบ้าง ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ วัตถุประสงค์ที่มีการตั้งศักยภาพที่โดดเด่นของจังหวัดสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการช่วยยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ในการทำงานมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำงานบูรณาการรวมกัน โดยใช้ศักยภาพที่โดดเด่นของแต่ละหน่วยงาน

3. การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน

3.1 วัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “...ทั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วยภาครัฐและภาคเอกชน ภาครัฐก็มีหลายหน่วยงาน อย่างเช่น เทศบาล อบจ. หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงก็คือ วัฒนธรรมจังหวัด ตอนนี้เรียกได้ว่า ได้มีการประสานงานกันอย่างชัดเจน จังหวัดเองก็มีนโยบายอยู่แล้วที่จะต้องสนับสนุน” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “...ขึ้นอยู่กับยุทธศาสตร์จังหวัด คือปกติแล้วเขาอยากให้การบูรณาการร่วมกันอยู่แล้ว แต่ส่วนมากหน่วยงานก็จัดใครจัดมัน ยกเว้นว่ามีนโยบายจากข้างบนว่าอยากให้งานใหญ่ขึ้น สมมติว่าเป็นงานแห่งปราสาทผึ้ง ท่องเที่ยวและกีฬา ก็จะภาพรวมๆ ไว้ เมื่อที่จะบูรณาการกับหน่วยงานอื่น หรือถ้างานการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครผู้ว่าอยากให้เป็นเต็มเต็มงานไหน เราก็พร้อมที่จะ move ไปร่วม” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “...การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวก็มี ททท. และท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด แต่เป็นบางกิจกรรมไม่ใช่ทุกโครงการที่ทำ เช่นล่าสุดเหมือนงานสงกรานต์ 9 วัดที่ทำร่วมกันหลายหน่วยงาน เช่น อบจ. เทศบาล ท่องเที่ยวและกีฬา

สำนักพุทธ หอการค้า สภาอุตสาหกรรม มีหลายหน่วยงานซึ่งแล้วแต่กิจกรรมที่ทำแต่ก็ถือว่าเป็นหน่วยงานที่บูรณาการร่วมกันก็มีราชภัฏด้วย บางทีก็มีพัฒนาชุมชนด้วย สังเกตเลยว่าเวลาจัดงานแล้วมีการบูรณาการร่วมกันก็มีโลโก้ของแต่ละหน่วยงานอยู่ด้วย” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “...ถ้าจะร่วมมือกันก็จะมีบางหน่วยงานที่ MOU กัน หรือบางหน่วยงานที่เราไปอุดหนุน เช่น วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัด หน่วยงานท้องถิ่น ” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “...หน่วยงานภายใน มีภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสกลนคร องค์การบริหารจังหวัดสกลนคร และเทศบาลนครจังหวัดสกลนครและภาคเอกชน และภาคเอกชน เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และสภาวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และหน่วยงานภายนอก ภาครัฐ เช่น ททท. และ กรอ.กลุ่มจังหวัดสนุก และกรมการท่องเที่ยว ส่วนภาคเอกชน เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “...มีการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยว การสนับสนุนประเพณีวัฒนธรรมของสกลนคร อาทิเช่น งานประเพณีแห่งปราสาท” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “...มีความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่ประสานมาขอการสนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทุกหน่วยงาน” สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “...ก็จะมีหลักๆ ในส่วนของพานิชย์จังหวัด ในการทำโครงการต่างๆ ขับเคลื่อนให้กับผู้ประกอบการ และก็ขับเคลื่อนในย่านถนนเมืองเก่าสกลนคร มีม.ราชภัฏสกลนครที่ทำงานร่วมด้วยอยู่แล้ว กับราชชมงคลฯ”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ในประเด็นวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง ทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

มีการทำงานร่วมกันกับทั้งหน่วยงานภายในจังหวัดและหน่วยงานภายนอกจังหวัด ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากเป็นการทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน โดยใช้ศักยภาพที่โดดเด่นและความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน

4. มาตรการการควบคุมและประเมินผล

4.1 หน่วยงานมีกิจกรรมหรือกระบวนการสำหรับมาตรการการควบคุมและประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “..ปกติแล้วหน่วยงานมีกิจกรรมการสร้างการรับรู้ กระตุ้นการท่องเที่ยว เมื่อการทำโครงการเราก็จะดูจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น” ซึ่งสอดคล้องกับผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 และผู้สัมภาษณ์คนที่ 6 ส่วน

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ส่วนใหญ่ก็มีแบบประเมินธรรมดา การจัดเก็บข้อมูล มีการจัดเก็บรายได้บ้าง จากการลงพื้นที่สอบถาม” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ในประเด็นวัตถุประสงค์ของหน่วยงานมีกิจกรรมหรือกระบวนการสำหรับมาตรการการควบคุมและประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ หน่วยงานมีการประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ด้วยการจัดเก็บข้อมูล จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

5. สมรรถนะขององค์การ

5.1 หน่วยงานมีความชำนาญในด้านใดที่สุด และสมรรถนะของหน่วยงานสามารถสร้างความได้เปรียบหรือความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้หรือไม่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “...หน่วยงานเราเน้นในการทำ Content เพื่อการประชาสัมพันธ์ ในแต่ละปีหน่วยงานมี Concept ในเรื่องโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการตลาดของจังหวัดสกลนคร โดยจังหวัดสกลนครมีความโดดเด่นในเรื่อง 3 ธรรม กิจกรรมในแต่ละกิจกรรมใช้เวลาภายใน 1 ปี 3 ธรรมที่พูดถึงอาจจะมีความโดดเด่นในแต่ละกิจกรรมที่ไม่เท่ากัน กิจกรรมนี้อาจมีความโดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรม ก็ให้ความโดดเด่นของวัฒนธรรม คุณลักษณะของกิจกรรม คุณลักษณะของ event คุณลักษณะของช่วงเวลา ตามปฏิทินกิจกรรมประกอบด้วยอะไรที่เป็นจุดขายในช่วงดังกล่าว ถ้ารู้ว่าอะไรเป็นจุดด้อย คนไม่ชอบ เช่น เที่ยวหน้าฝน แต่ถ้าเอาวิกฤตมาเป็นโอกาสแล้วทำให้เห็นว่า เที่ยวสกลนครหน้าฝนมันดูสวย มันดูมีเสน่ห์ มันก็เป็นโอกาสที่หลายๆ ที่หน้าฝนเที่ยวไม่ได้ แล้วเขาก็กลับมาเที่ยวที่บ้านเรา พอเข้าช่วงหน้าหนาวก็กลายเป็นช่วงที่พีคของสกลนครอีก มันจึงเป็นการเติมเต็ม ทำให้สกลนครสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “...ส่วนใหญ่กิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นคือการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามนโยบายของกระทรวง แต่ถ้าเอาระดับพื้นที่ มองว่าท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ได้ สามารถนำมาจัดรวมกันได้เพราะช่วงก่อนโควิดได้รับการตอบรับดีมาก แล้วก็หยุดไปช่วงโควิดที่ผ่านมา แล้วจังหวัดมีกลุ่มที่ทำเรื่องนี้อยู่แล้ว เช่น เรื่องอาหาร gastronomy เวลาทำงานเราก็เอากลุ่มนี้มารวมงานกัน มาพัฒนาร่วมกัน มันก็เป็นวัฒนธรรมเรื่องของอาหาร ถ้าจะทำให้ใหญ่ก็ต้องมีหลายภาคส่วนมารวมกัน” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “...ถ้าเป็นเฉพาะด้านก็แบ่งตามกลุ่มงาน เชี่ยวชาญก็คือกลุ่มพิธีการ ขั้นตอนพิธีการทางด้านศาสนาเหมือนไวยวัจกรลำดับขั้นตอนให้มันถูกต้องทางด้านศาสนา ส่วนความรู้ทางด้านวัฒนธรรมเราจะประสานงานกับทางด้านปราชญ์หรือสภาวัฒนธรรมมากกว่า เหมือนเราเป็นคนชี้แหล่งว่าองค์ความรู้คนนั้น คนนั้นะ เป็นเหมือนผู้ประสานมากกว่า ถ้ามองในเรื่องความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มองว่าได้เปรียบเพราะว่ามันเป็นงานหลักของเรา ก็คือจากบทบาทวิถีวัฒนธรรมธรรมดามันอัปเดตขึ้นมาเป็นการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เชื่อมั่นปรับไปตามกระแสที่ติงการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ จริงๆแล้ว วัฒนธรรมเขาก็อยู่ของเขา เขามีเสน่ห์ เขามีคุณค่า มีมูลค่าของเขาอยู่แล้วแต่ทำไมยังพอมีการท่องเที่ยว วัฒนธรรมเราไปส่งเสริมรายได้จากสิ่งที่มี เราไปทางด้านประชาสัมพันธ์ ทั้งเพจ ทั้งคลิป ทั้งออนไลน์ เราได้เปรียบตรงนี้ เพราะเราทำตรงนั้นอยู่แล้ว เราอยู่กับตรงนั้นอยู่แล้ว” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “...หน่วยงานมีความชำนาญในการนำเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติเป็นหลัก มีบุคลากรที่มีความชำนาญด้านนำเที่ยว และมีบัตรมัคคุเทศก์สามารถนำเที่ยวได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ในประเด็นหน่วยงานมีความชำนาญในด้านใดที่สุด และสมรรถนะของหน่วยงานสามารถสร้างความได้เปรียบหรือความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้หรือไม่ อย่างไร ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

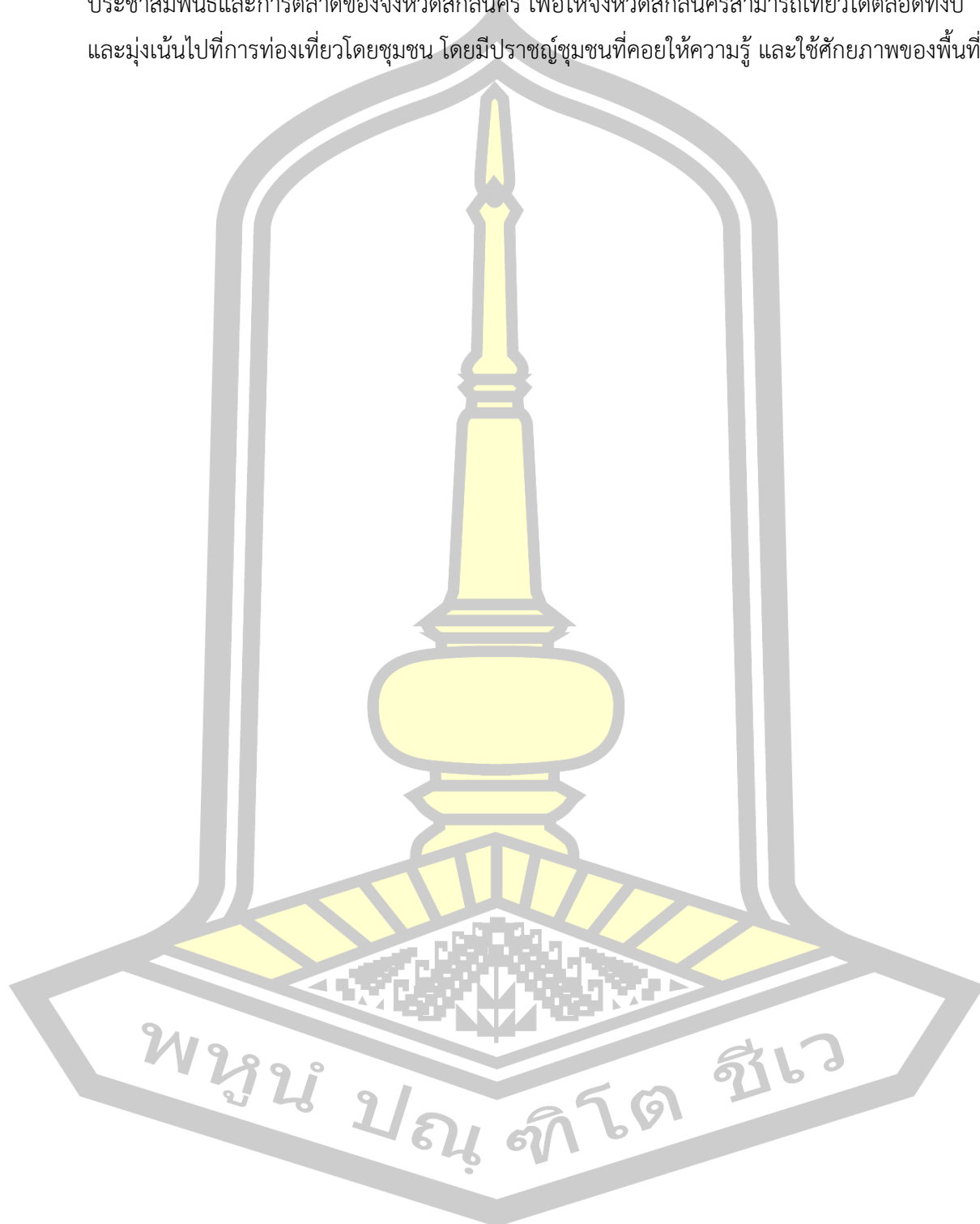
1. หน่วยงานมีความชำนาญในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาดของจังหวัดสกลนคร โดยการทำ Content เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้สกลนครสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีตามปฏิทินการท่องเที่ยว

2. มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีปราชญ์ชุมชนที่คอยให้ความรู้ และหน่วยงานมีความชำนาญในการนำเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ถ้ามองในเรื่องความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มองว่าได้เปรียบเพราะเป็นการดำเนินงานตามนโยบายของกระทรวง และเป็นงานหลักของหน่วยงาน

จากผลการวิจัยด้านนโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้มาสังเคราะห์เป็นประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

หน่วยงานที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร คือ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร และวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางในการดึงศักยภาพที่โดดเด่นของจังหวัดสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการช่วยยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ในการทำงานมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการทํางานบูรณาการรวมกัน โดยใช้ศักยภาพที่โดดเด่นและความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน มีการทํางานร่วมกันกับทั้งหน่วยงานภายในจังหวัดและหน่วยงานภายนอกจังหวัด ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ด้วย

การจัดเก็บข้อมูล จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น หน่วยงานมีความชำนาญในการทำ
ประชาสัมพันธ์และการตลาดของจังหวัดสกลนคร เพื่อให้จังหวัดสกลนครสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
และมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีปราชญ์ชุมชนที่คอยให้ความรู้ และใช้ศักยภาพของพื้นที่



ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) เริ่มต้นการศึกษาเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างเป็นแบบสอบถาม แล้วนำไปถามผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เพื่อให้ได้ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
3. ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	111	31.71
	หญิง	239	68.29
อายุ	21 – 30 ปี	44	12.57
	31 – 40 ปี	69	19.71
	41 – 49 ปี	69	19.71
	50 – 60 ปี	100	28.57
	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	68	19.43

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	122	34.86
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	73	20.86
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	80	22.86
	ปริญญาตรี	66	18.86
	สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.57
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	10	2.86
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34	9.71
	ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	38	10.86
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	109	31.14
	เกษียณอายุราชการ	3	0.86
	เกษตรกร	146	41.71
	อื่นๆ	10	2.86
รวม		350	400.00

จากตาราง 13 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 68.29 อายุระหว่าง 50 – 60 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระดับการศึกษา อยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34.86 และมีอาชีพเกษตรกร จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 41.71 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 350 คน เกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เป็นการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามเกณฑ์ของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 องค์ประกอบ ซึ่งแต่ละด้านมีตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 20 ตัวชี้วัด ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		จำนวน	ร้อยละ
องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว			
1.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว			
ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> - มีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป - มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด - มีเอกลักษณ์ระดับภาค - มีเอกลักษณ์ระดับชาติ - มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น 	<p>91</p> <p>116</p> <p>51</p> <p>62</p> <p>30</p>	<p>26.00</p> <p>33.14</p> <p>14.57</p> <p>17.71</p> <p>8.57</p>
ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมที่จัดขึ้นเริ่มจัดได้เพียง 1-2 ครั้ง - มีการจัดกิจกรรม 2- 3 ปีต่อครั้ง และเริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี - มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปีแต่เริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี - มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี และจัดต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี - มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี 	<p>45</p> <p>48</p> <p>21</p> <p>69</p> <p>167</p>	<p>12.86</p> <p>13.71</p> <p>6.00</p> <p>19.71</p> <p>47.71</p>

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	จำนวน	ร้อยละ	
ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม	- มีความงดงาม ประทับใจ น้อยที่สุด	1	0.29
	- มีความงดงาม ประทับใจ น้อย	6	1.71
	- มีความงดงาม ประทับใจ ปานกลาง	77	22.00
	- มีความงดงาม ประทับใจ มาก	156	44.57
	- มีความงดงาม ประทับใจ มากที่สุด	110	31.43
ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่	51	14.57
อย่างต่อเนื่อง	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยรัตนโกสินทร์	104	29.71
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	77	22.00
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	34	9.71
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยก่อนประวัติศาสตร์	84	24.00
ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีที่มีหลักฐานสามารถสืบค้นได้	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่	61	17.43
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยรัตนโกสินทร์	107	30.57
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	100	28.57
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	39	11.14
	- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยก่อนประวัติศาสตร์	43	12.29

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	จำนวน	ร้อยละ	
ความผูกพันต่อ ท้องถิ่น	- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อยมาก โดยชุมชนไม่ค่อยให้ความสนใจ	25	7.14
	- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อย มีเพียงบางส่วนให้ความสนใจ	76	21.71
	- มีความสัมพันธ์กับชุมชนปานกลาง โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการต่างๆ เป็นประจำทุกปี	134	38.29
	- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง โดยมีการจัดงานหรือพิธีการ เป็นประจำทุกปี และมีชุมชนใกล้เคียง เข้ามาร่วมงานด้วย	115	32.86
	- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการเป็นประจำทุกปีและมีชื่อเสียงในระดับประเทศ	-	-
ความเข้มแข็งใน การรักษา เอกลักษณ์	- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมขนาดเล็ก 1 กลุ่ม โดยชุมชน แต่การดำเนินงานยังไม่มีประสิทธิภาพชัดเจน	7	2.00
	- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 1 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	73	20.86
	- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	66	18.86
	- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม	61	17.43
	- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย	143	40.86

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		จำนวน	ร้อยละ
1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม			
การเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - มีทางเข้าถึงได้แต่ไม่สะดวก - มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง แต่สามารถใช้ความเร็วได้ไม่เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง - มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง และสามารถใช้ความเร็วได้เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง - มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถยนต์นั่ง - มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถแท็กซี่ 	<p>24</p> <p>26</p> <p>39</p> <p>116</p> <p>145</p>	<p>6.86</p> <p>7.43</p> <p>11.14</p> <p>33.14</p> <p>41.43</p>
ความปลอดภัยด้าน การท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - มีเหตุอันตรายเกิดขึ้นบ่อยตลอดทั้งปี - มีเหตุอันตรายทุกปีแต่เกิดขึ้นในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี - มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี - มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี - มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี - มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า 	<p>3</p> <p>48</p> <p>64</p> <p>69</p> <p>27</p> <p>139</p>	<p>0.86</p> <p>13.71</p> <p>18.29</p> <p>19.71</p> <p>7.71</p> <p>39.71</p>
ความหลากหลาย ของกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม - นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท - นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท และบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น 	<p>13</p> <p>60</p> <p>50</p>	<p>3.71</p> <p>17.14</p> <p>14.29</p>

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		จำนวน	ร้อยละ
	- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภท	79	22.57
	- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภทและบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น	148	42.29
องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว			
ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	- ยังไม่มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	8	2.29
	- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นบางช่วงเวลา และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	49	14.00
	- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับปานกลาง แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	61	17.43
	- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับดี แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	85	24.29
	- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก	147	42.00

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		จำนวน	ร้อยละ
ศักยภาพในการ พัฒนาการท่องเที่ยว จากปัจจัยภายนอก	- มีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชน เพื่อกำหนดนโยบาย วางแนวทางการจัดการท่องเที่ยว แต่ยังไม่สัมฤทธิ์ ผลที่ชัดเจน	36	10.29
	- มีกลุ่มองค์กรท้องถิ่นให้การสนับสนุนและจัดการ ด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	39	11.14
	- มีหน่วยงาน กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และภาคเอกชนให้ การสนับสนุนและให้คำปรึกษาด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว	52	14.86
	- มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและจัดการด้าน นโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	76	21.71
	- มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กร ท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้าน นโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	147	42.00
องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ			
3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว			
การจัดการด้านการ รักษาสภาพและ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	- มีการดูแลรักษาในระดับน้อยมาก	1	0.29
	- มีการดูแลรักษาในระดับน้อย	5	1.43
	- มีการดูแลรักษาในระดับปานกลาง	90	25.71
	- มีการดูแลรักษาในระดับดี	160	45.71
	- มีการดูแลรักษาในระดับดีมาก	94	26.86

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	จำนวน	ร้อยละ	
การจัดการด้านการ ใช้ประโยชน์พื้นที่	- ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	8	2.29
	- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและ ไม่เป็นระบบ	22	6.29
	- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค โดยมีระเบียบการ ปฏิบัติเป็นหลักฐานอยู่บ้าง แต่การปฏิบัติมี ข้อบกพร่อง	39	11.14
	- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 1 ข้อ	37	10.27
	- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	54	15.43
	- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	190	54.29
การจัดการด้านการ ติดตามและการ ประเมินการ เปลี่ยนแปลงอัน เนื่องมาจากการ ท่องเที่ยว	- ไม่มีแผนการดำเนินงาน	1	0.29
	- มีแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการติดตามวิเคราะห์ ผล	27	7.71
	- มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการ เปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการ ดำเนินการอื่นๆ	35	10.00
	- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการ เปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการ วิเคราะห์และประเมินผล	50	14.29
	- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการ เปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการ วิเคราะห์ ประเมินผล และมีการปรับปรุงและแก้ไข ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	106	30.29
	- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการ เปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการ ประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี	131	37.43

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		คะแนน (จำนวน+ร้อยละ)		
		0	0.5	1
การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว	- มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว	7 (2.00)	198 (56.57)	145 (41.43)
	- มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	34 (9.71)	175 (50.00)	141 (40.29)
	- มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	4 (1.14)	254 (72.57)	92 (26.29)
	- มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	19 (5.43)	244 (69.71)	87 (24.86)
	- มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้าง ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	19 (5.43)	235 (67.14)	96 (27.43)
การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	12 (3.43)	260 (74.29)	78 (22.29)
	- กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ	7 (2.00)	281 (80.29)	62 (17.71)

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		คะแนน (จำนวน+ร้อยละ)		
		0	0.5	1
	- มีการศึกษา วิจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่และนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนแนวทางที่ไม่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อแหล่งวัฒนธรรม	19 (5.43)	240 (68.57)	91 (26.00)
	- มีการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลมาวางแผนทางการดำเนินการท่องเที่ยวที่ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีของคนในท้องถิ่น	19 (5.43)	241 (68.86)	90 (25.71)
	- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ	6 (1.71)	262 (74.86)	82 (23.43)
การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	- มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	20 (5.71)	232 (66.29)	98 (28.00)
	- มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ	2 (0.57)	257 (73.43)	91 (26.00)
	- มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว	15 (4.29)	255 (72.86)	80 (22.86)
	- มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการและชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และการอนุรักษ์เป็นระยะๆ	15 (4.29)	222 (63.43)	113 (32.29)

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		คะแนน (จำนวน+ร้อยละ)		
		0	0.5	1
	ตามความเหมาะสม - มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	20 (5.71)	229 (65.43)	101 (28.86)
ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	- ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ	13 (3.71)	207 (59.14)	130 (37.14)
	- ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	2 (0.57)	248 (70.86)	100 (28.57)
	- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	6 (1.71)	231 (66.00)	113 (32.29)
	- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3 (0.86)	233 (66.57)	114 (32.57)
	- มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทหลักต่อการจัดการการท่องเที่ยว	13 (3.71)	235 (67.14)	102 (29.14)
ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว	- ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	55 (15.71)	174 (49.71)	121 (34.57)
	- ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	41 (11.71)	210 (57.43)	108 (30.86)
	- ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	6 (1.71)	260 (74.29)	84 (24.00)

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร		คะแนน (จำนวน+ร้อยละ)		
		0	0.5	1
-	ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	55 (15.71)	212 (60.57)	83 (23.71)
-	ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	23 (6.57)	255 (72.86)	72 (20.57)

จากตาราง 14 พบว่า องค์กรประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวด้านความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 33.14 ด้านความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 167 คนคิดเป็นร้อยละ 47.71 ด้านความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม มีความงดงาม ประทับใจ มาก จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 44.57 ด้านความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยรัตนโกสินทร์ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 29.71 ด้านความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีหลักฐานสามารถสืบค้นได้ เกิดขึ้นต้นสมัยรัตนโกสินทร์ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 30.57 ด้านความผูกพันต่อท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับชุมชนปานกลาง โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการต่างๆ เป็นประจำทุกปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 38.29 และด้านความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 40.86

ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถทัศนาวจร จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 41.43 ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 39.71 และด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภทและบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 42.29

องค์กรประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้าน นโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านการ รักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาในระดับดี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 การจัดการด้านใช้ประโยชน์พื้นที่ มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มาจาก การท่องเที่ยว มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.43

การจัดการด้านการท่องเที่ยว การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มี ประสิทธิภาพ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 56.57 มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการ หรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 72.57 มีการจัดการด้านอาหารและ โภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 69.71 มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบ และใช้วัสดุก่อสร้าง ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้ มาตรฐาน มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 67.14

การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวน และพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 74.29 กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่ รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของ ชาติ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 80.29 มีการศึกษา วิจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่และนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนแนวทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่ง วัฒนธรรม มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 68.57 มี การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลมาวางแผนทางการดำเนินการท่องเที่ยวที่ไม่

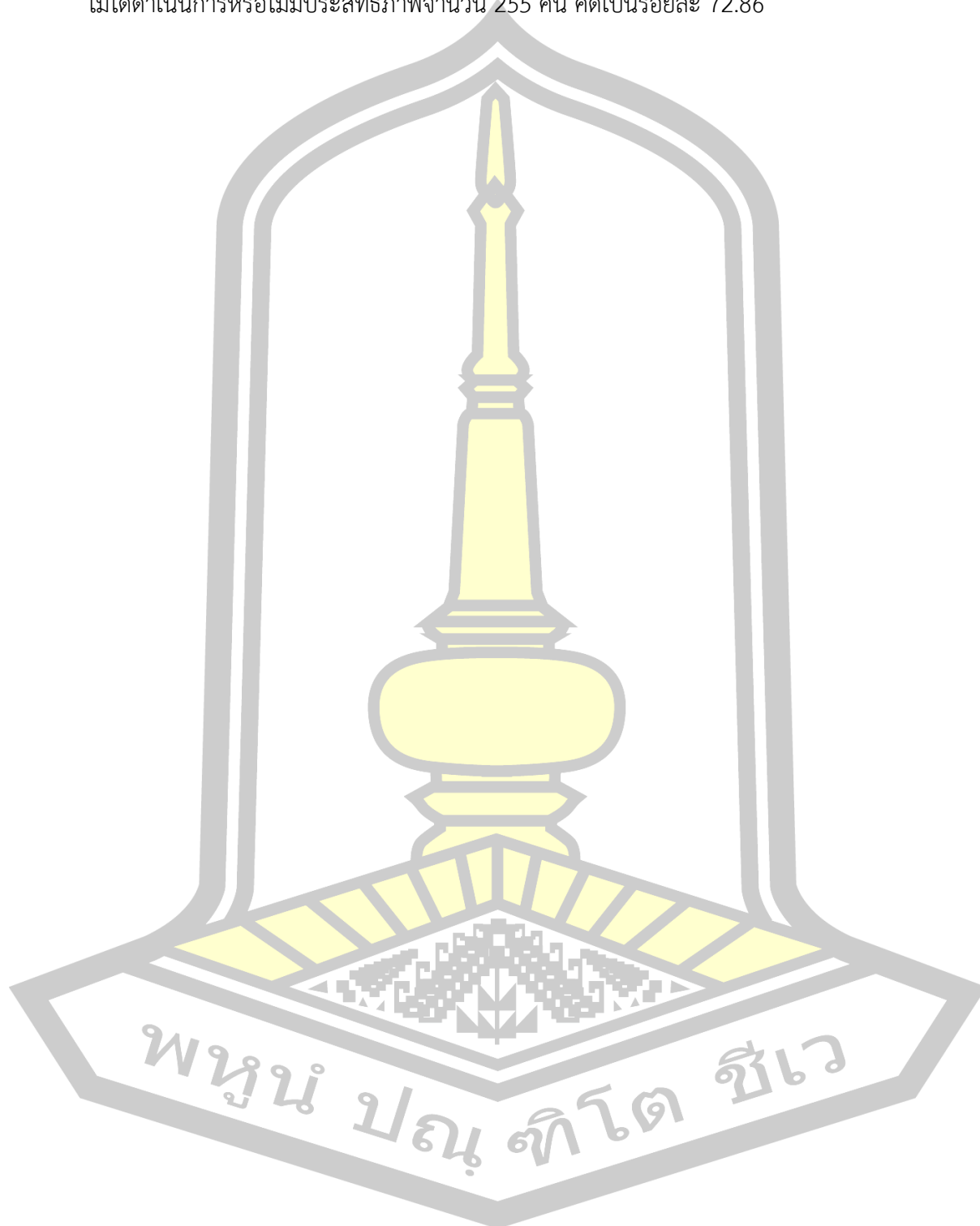
เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีของคนในท้องถิ่น มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 68.86 กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 74.86

การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 66.29 มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 73.43 มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 72.86 มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และการอนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 63.43 มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 65.43

ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 59.14 ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 70.86 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 233 คน ร้อยละ 66.57 มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทหลักต่อการจัดการการท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 67.14

ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 49.71 ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 57.43 ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 74.29 ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์ มีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มี

ประสิทธิภาพ จำนวน 212คน คิดเป็นร้อยละ 60.57 ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง มีแต่
ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 72.86



ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2557) กำหนดการให้คะแนนจากข้อที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 15 ผลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	
1.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	
1.1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากเอกลักษณ์เฉพาะตนทางวัฒนธรรม ความแตกต่างของวิถีชีวิตจากชุมชนอื่น และคุณค่าที่ควรอนุรักษ์และสืบสานต่อไป เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย วิถีชีวิต การแต่งกาย ลักษณะของกิจกรรมประเพณีที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ลักษณะสิ่งประดิษฐ์ ระเบียบแบบแผนในการดำรงชีพร่วมกัน ฯลฯ</p>	
ดัชนี	คะแนน
- มีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป	1
- มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด	②
- มีเอกลักษณ์ระดับภาค	3
- มีเอกลักษณ์ระดับชาติ	4
- มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น	5
คะแนนที่ได้	2
1.1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นในแต่ละปีซึ่งแสดงถึงการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่</p>	
ดัชนี	คะแนน
- กิจกรรมที่จัดขึ้นเริ่มจัดได้เพียง 1-2 ครั้ง	1
- มีการจัดกิจกรรม 2-3 ปีต่อครั้ง และเริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี	2
- มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปีแต่เริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี	3
- มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี และจัดต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี	4

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
ดัชนี	คะแนน
- มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี	⑤
คะแนนที่ได้	5
1.1.3 ความมั่งคั่งทางศิลปวัฒนธรรม	
<p>หมายเหตุ ความมั่งคั่งทางด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการสร้างประทับใจแก่ผู้พบเห็น พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมนั้นๆ อาทิเช่น การแต่งกาย รูปแบบกิจกรรม ศิลปกรรมของงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรมของที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ฯลฯ</p>	
ดัชนี	คะแนน
- มีความมั่งคั่ง ประทับใจ น้อยที่สุด	1
- มีความมั่งคั่ง ประทับใจ น้อย	2
- มีความมั่งคั่ง ประทับใจ ปานกลาง	3
- มีความมั่งคั่ง ประทับใจ มาก	④
- มีความมั่งคั่ง ประทับใจ มากที่สุด	5
คะแนนที่ได้	4
1.1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากความยาวนานของการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้มาตั้งแต่อดีตและยังคงอยู่จนถึง ปัจจุบัน โดยจะเห็นได้จากวิถีชีวิต การแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาไปบ้าง แต่ยังมีบางกลุ่มในชุมชนที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญาเหล่านั้นอยู่อย่างเห็นได้ชัด</p>	
ดัชนี	คะแนน
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่	1
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยรัตนโกสินทร์	②
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	3
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	4
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยก่อนประวัติศาสตร์	5
คะแนนที่ได้	2

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
1.1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีหลักฐานสามารถสืบค้นได้	
หมายเหตุ พิจารณาจากยุคสมัยที่ภูมิปัญญาและองค์ความรู้เกิดขึ้นและการมีประวัติศาสตร์สืบเนื่องยาวนานมาเป็นวัฒนธรรม ประเพณีจนถึงปัจจุบัน โดยมีหลักฐานที่สามารถสืบค้นได้	
ดัชนี	คะแนน
- เกิดขึ้นปลายสมัยรัตนโกสินทร์	1
- เกิดขึ้นต้นสมัยรัตนโกสินทร์	②
- เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	3
- เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	4
- เกิดขึ้นก่อนสมัยสุโขทัย	5
คะแนนที่ได้	2
1.1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น	
หมายเหตุ พิจารณาความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การมีประเพณี ความเชื่อ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน	
ดัชนี	คะแนน
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อยมาก โดยชุมชนไม่ค่อยให้ความสนใจ	1
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อย มีเพียงบางส่วนให้ความสนใจ	2
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนปานกลาง โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการต่างๆ เป็นประจำทุกปี	③
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง โดยมีการจัดงานหรือพิธีการ เป็นประจำทุกปี และมีชุมชนใกล้เคียง เข้ามาร่วมงานด้วย	4
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการเป็นประจำทุกปี และมีชื่อเสียงในระดับประเทศ	5
คะแนนที่ได้	3

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
1.1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์	
หมายเหตุ พิจารณาจากชุมชนท้องถิ่นมีความสนใจในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน รวมถึงการมีหน่วยงานและองค์กรจากภายนอกให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น	
ดัชนี	คะแนน
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมขนาดเล็ก 1 กลุ่ม โดยชุมชน แต่การดำเนินงานยังไม่มีความชัดเจน	1
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 1 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	2
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	3
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม	4
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย	⑤
คะแนนที่ได้	5
1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม	
1.2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความยากลำบากของเส้นทางของเส้นทางเข้าถึง ความลาดชัน ความคดเคี้ยวของถนน และความปลอดภัย	
ดัชนี	คะแนน
- มีทางเข้าถึงได้แต่ไม่สะดวก	1
- มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง แต่สามารถใช้ความเร็วได้ไม่เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง	2
- มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง และสามารถใช้ความเร็วได้เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง	3

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
- มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถยนต์นั่ง	4
- มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถทัศนาวจร	⑤
คะแนนที่ได้	5
1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว	
<p><u>หมายเหตุ</u> พิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากปัจจัยในตัวแหล่งท่องเที่ยวเองหรือจากปัจจัยภายนอก โดยวัดจากสถิติการเกิดอันตราย เช่น น้ำท่วม สัตว์ดุร้าย ภัยจากโจรผู้ร้าย โรคระบาด อื่นๆ เป็นต้น</p>	
ดัชนี	คะแนน
- มีเหตุอันตรายเกิดขึ้นบ่อยตลอดทั้งปี	0
- มีเหตุอันตรายทุกปีแต่เกิดขึ้นในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี	1
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี	2
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี	3
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี	4
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า	⑤
คะแนนที่ได้	5
1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	
<p><u>หมายเหตุ</u> พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถจัดได้ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการที่มีกิจกรรมหลากหลาย จะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกทำกิจกรรมที่ตัวเองพอใจได้มากขึ้น ทั้งนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว</p>	
ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม	1
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท	2
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท และบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น	3

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภท	4
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภทและบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น	⑤
คะแนนที่ได้	5
องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	
2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	
หมายเหตุ พิจารณาจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ได้แก่ น้ำ ไฟ ถนน ที่พัก ฯลฯ เพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และข้อจำกัดในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	
ดัชนี	คะแนน
- ยังไม่มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	1
- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นบางช่วงเวลา และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	2
- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับปานกลาง แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	3
- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับดี แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	4
- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก	⑤
คะแนนที่ได้	5

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก	
หมายเหตุ พิจารณาจากการมีกลุ่มองค์กรทั้งภายในและภายนอกในระดับต่างๆ ให้การสนับสนุน ด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มองค์กรท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน	
ดัชนี	คะแนน
- มีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชน เพื่อกำหนดนโยบาย วางแนวทางการจัดการท่องเที่ยว แต่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลที่ชัดเจน	1
- มีกลุ่มองค์กรท้องถิ่นให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	2
- มีหน่วยงาน กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และภาคเอกชนให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษา ด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3
- มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4
- มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	⑤
คะแนนที่ได้	5
องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ	
3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	
3.1.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากสภาพทั่วไปจากการดูแลรักษาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยว	
ดัชนี	คะแนน
- มีการดูแลรักษาในระดับน้อยมาก	1
- มีการดูแลรักษาในระดับน้อย	2
- มีการดูแลรักษาในระดับปานกลาง	3
- มีการดูแลรักษาในระดับดี	④

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
- มีการดูแลรักษาในระดับดีมาก	5
คะแนนที่ได้	4
3.1.2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่	
หมายเหตุ พิจารณาจากดัชนี 3 ด้าน ดังนี้	
ก. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวนพื้นที่นันทนาการ และพื้นที่พักผ่อน	
ข. การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและ/หรือฤดูกาล	
ค. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอดีกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ	
ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	0
- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและไม่เป็นระบบ	1
- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค โดยมีระเบียบการปฏิบัติเป็นหลักฐานอยู่บ้าง แต่การปฏิบัติมีข้อบกพร่อง	2
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 1 ข้อ	3
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	4
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	⑤
คะแนนที่ได้	5
3.1.3 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากแผนการดำเนินงานติดตามและประเมินผลกระทบการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการติดตามและวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมถึงการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และความต่อเนื่องของการดำเนินงาน	
ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีแผนการดำเนินงาน	0
- มีแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการติดตามวิเคราะห์ผล	1
- มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการดำเนินการอื่นๆ	2

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร			
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์และประเมินผล			3
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ ประเมินผล และมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว			4
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี			⑤
คะแนนที่ได้			5
3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว			
3.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว			
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากการทำงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่เหมาะสม ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน</p>			
ดัชนี	คะแนน		
- มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว	0	⑤	1
- มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0	⑤	1
- มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0	⑤	1
- มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	0	⑤	1
- มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้าง ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	0	⑤	1
คะแนนที่ได้			2.5

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

3.2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

หมายเหตุ การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย

หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน		
- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	0	0.5	1
- กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ	0	0.5	1
- มีการศึกษา วิจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่และนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งวัฒนธรรม	0	0.5	1
- มีการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลมาวางแผนทางการดำเนินการท่องเที่ยวที่ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีของคนในท้องถิ่น	0	0.5	1
- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ	0	0.5	1
คะแนนที่ได้	2.5		

3.2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

หมายเหตุ พิจารณาจากกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่ให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว พนักงานนำเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่โดยรอบ

หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร			
ดัชนี	คะแนน		
- มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ	0	0.5	1
- มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้ขบริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ	0	0.5	1
- มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	0	0.5	1
- มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และการอนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม	0	0.5	1
- มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	0	0.5	1
คะแนนที่ได้	2.5		
3.2.4 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว			
หมายเหตุ พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบต่างๆ			
หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน		
- ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ	0	0.5	1
- ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	0	0.5	1
- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	0	0.5	1

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร			
- มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีความหมายสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยว	0	0.5	1
คะแนนที่ได้	2.5		
3.2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว			
หมายเหตุ พิจารณาจากการที่ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์และรายได้จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม			
หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน		
- ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	0	0.5	1
คะแนนที่ได้	2.5		

ตารางที่ 16 ผลการให้คะแนน

องค์ประกอบ	คะแนนเต็ม	ผลการให้คะแนน
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	50	38
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	10	10
3. ศักยภาพในการบริหารจัดการ	40	26.5
รวมทั้งสิ้น	100	74.5

จากตาราง 16 พบว่า ผลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้านของการประเมินแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 74.5 คะแนน

ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาตรฐาน ดีมาก ตามการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ

- ขาดการวางแผน ติดตาม และงบประมาณจากทางรัฐ
- อยากให้มีนโยบาย จัดสรรงบประมาณให้ทุกหมู่บ้านจะได้พัฒนาการท่องเที่ยวให้น่าอยู่น่าเที่ยวมากขึ้น อาศัยเราทุกคนต้องช่วยกันพัฒนาหมู่บ้านและการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ
- อยากให้ทางรัฐมีงบประมาณบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวริมหนองหารให้น่าเที่ยว
- อยากให้ทางรัฐจัดงบประมาณมาช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวของบ้านจอมแจ้งให้น่าเที่ยวมากขึ้น
- อยากให้ผู้นำมีความรัก ความสามัคคีกัน เพื่อจะได้ช่วยกันพัฒนาหมู่บ้าน
- ชุมชนยังขาดการสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณจากหน่วยงานทางภาครัฐ
- อยากให้งบประมาณมาพัฒนาหมู่บ้าน ให้ชาวบ้านมีอาชีพและมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- อยากให้หน่วยงานทางรัฐ และเอกชนมาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จะได้เข้าใจมากขึ้น
- อยากรให้นำโครงการดีๆ เพื่อมาพัฒนาหมู่บ้านและทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
- อยากรให้ผู้นำในหมู่บ้านเข้มแข็ง กล้าที่จะพัฒนาหมู่บ้านให้มีความเจริญยิ่งขึ้นไป
- อยากรให้หมู่บ้านมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวให้มากกว่านี้ เพื่อที่จะทำให้ชาวบ้านมีรายได้มากขึ้น
- อยากรให้มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่จัดทำจากคนในท้องถิ่นไปเผยแพร่ให้คนรุ่นหลัง และคนภายนอกได้รู้จัก
- ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มากขึ้น

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูล

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร	45	11.11
สะพานขอมหรือสะพานหิน	45	11.11
ศูนย์วัฒนธรรมไทยโส้	45	11.11
ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทึบ	45	11.11
ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น	45	11.11
ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ	45	11.11
ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง	45	11.11
ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด	45	11.11
ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่	45	11.11
รวม	405	100

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	147	36.30
	หญิง	258	63.70
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.43
	21 - 30 ปี	166	40.99
	31 - 40 ปี	86	21.23
	41 - 49 ปี	47	11.60
	50 - 60 ปี	56	13.83
	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	28	6.91
	ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	55
มัธยมศึกษาตอนต้น	47	11.60	
มัธยมศึกษาตอนปลาย	80	19.75	
ปริญญาตรี	215	53.09	
สูงกว่าปริญญาตรี	8	1.98	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	93	22.96
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	46	11.36
	ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	128	31.60
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	92	22.72
	เกษียณอายุราชการ	7	1.73
	อื่นๆ	39	9.63
	รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	112
5,001 - 10,000 บาท		100	24.69
10,001 - 15,000 บาท		73	18.02
15,001 - 20,000 บาท		60	14.81
20,001 - 25,000 บาท		28	6.91
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป		32	7.90

ตาราง 18 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนา	จังหวัดสกลนคร	199	49.14
	จังหวัดนครพนม	74	18.27
	จังหวัดมุกดาหาร	14	3.46
	จังหวัดอุดรธานี	6	1.48
	จังหวัดหนองคาย	3	0.74
	จังหวัดบึงกาฬ	3	0.74
	จังหวัดในเขตภาคอีสาน	54	13.33
	จังหวัดเขตภาคเหนือ	4	0.99
	จังหวัดในเขตภาคกลาง	45	11.11
	จังหวัดเขตภาคใต้	3	0.74
	จังหวัดเขตภาคตะวันตก	-	-
	อื่นๆ	-	-
	รวม		405

จากตาราง 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 40.99 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.09 เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.65 และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.14 ตามลำดับ เนื่องจากผู้วิจัยเก็บข้อมูลในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นช่วงที่มีคนตกงานละกำกลับมาอยู่บ้านมากขึ้น ซึ่งทำให้ระดับการศึกษาและรายได้ไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากการจ้างงานในจังหวัดสกลนครไม่ได้อิงจากค่าแรงขั้นต่ำในระดับการศึกษาปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาในจังหวัดสกลนคร แต่อยู่คนละอำเภอจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์เพื่อการ เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ	54	13.33
	ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน	94	23.21
	ท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ	105	25.93
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/ วัฒนธรรม	140	34.57
	ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ อื่นๆ	12 -	2.96 -
กลุ่มที่ร่วมเดินทางมาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	มาคนเดียว	33	8.15
	มากับเพื่อน	176	43.46
	มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	187	46.17
	มากับบริษัททัวร์	9	2.22
	อื่นๆ	-	-
พาหนะที่ใช้เดินทางมา ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	รถยนต์ส่วนตัว	319	78.77
	รถโดยสารประจำทาง	20	4.94
	รถตู้/นำเที่ยว	27	6.67
	รถบัสนำเที่ยว	11	2.72
	เครื่องบิน	3	0.74
	อื่นๆ	25	6.17
การพักค้างคืนในการ เดินทางครั้งนี้	พักค้างคืน	150	37.04
	ไม่พักค้างคืน	255	62.96

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	โรงแรม รีสอร์ท บ้านญาติ/เพื่อน โฮมสเตย์ วัด/โรงเรียน	18 1 96 34 1	12.00 0.67 64.00 22.66 0.67
ระยะเวลาการพักผ่อน	1 คืน 2 คืน 3 คืน มากกว่า 3 คืน	66 44 6 34	44.00 29.33 4.00 22.67
ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน	น้อยกว่า 1,000 บาท 1,001 – 2,000 บาท 2,001 – 3,000 บาท มากกว่า 3,001 บาท	292 78 20 15	72.10 19.26 4.94 3.70
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	ครั้งแรก ครั้งที่ 2 ครั้งที่ 3 มากกว่า 3 ครั้ง	131 47 39 188	32.35 11.60 9.63 46.42
ช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	หนังสือพิมพ์ วิทยุ/โทรทัศน์ วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง อินเทอร์เน็ต ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท. สมาคมท่องเที่ยว บริษัททัวร์ เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์ อื่นๆ	3 29 5 284 12 5 1 1 65	0.74 7.16 1.23 70.12 2.96 1.23 0.25 0.25 16.05
รวม		405	100.00

จากตาราง 19 พบว่า ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มาเพื่อท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 34.57 กลุ่มที่ร่วมเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.17 พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 78.77 การพักค้างคืนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 62.96 ประเภทของที่พกในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่พกบ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 ระยะเวลาการพักผ่อน ส่วนใหญ่พัก 1 คืน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน ส่วนใหญ่ใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 72.10 จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 46.42 และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 70.12 ตามลำดับ หากนักท่องเที่ยวไม่ได้พักค้างคืน สามารถข้ามไปตอบคำถาม ข้อ 7 ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวันได้เลย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 แปลความว่า ระดับมากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 แปลความว่า ระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 แปลความว่า ระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 แปลความว่า ระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 แปลความว่า ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับความ ต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)								
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความ หลากหลายและน่าสนใจ มี ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	208 (51.36)	174 (42.96)	21 (5.19)	1 (0.25)	1 (0.25)	4.45	0.63	มากที่สุด
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสินค้ามี ความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดสกลนคร	187 (46.17)	171 (42.22)	41 (10.12)	1 (0.25)	1 (0.25)	4.33	0.73	มากที่สุด
3. สินค้าของฝากของที่ ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ ท้องถิ่น	155 (38.27)	185 (45.68)	51 (12.59)	12 (2.96)	2 (0.49)	4.18	0.80	มาก
รวม						4.32	0.60	มากที่สุด
ด้านราคา (Price)								
1. ราคามีความเหมาะสม กับคุณภาพของการบริการ	148 (36.54)	196 (48.40)	60 (14.81)	-	1 (0.25)	4.21	0.70	มากที่สุด
2. ราคาของอาหารและ เครื่องดื่มมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	152 (37.53)	196 (48.40)	56 (13.83)	-	1 (0.25)	4.23	0.70	มากที่สุด
3. ความคุ้มค่าของการใช้ จ่ายในการมาท่องเที่ยว	153 (37.78)	198 (48.89)	51 (12.59)	3 (0.74)	-	4.24	0.69	มากที่สุด
รวม						4.23	0.61	มากที่สุด

ตาราง 20 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับความ ต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)								
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยว ทั้งที่ พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	164 (40.49)	169 (41.73)	64 (15.80)	6 (1.48)	2 (0.49)	4.20	0.79	มาก
2. นักท่องเที่ยวสามารถ เข้าถึงสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวได้อย่าง รวดเร็ว	172 (42.47)	183 (45.19)	45 (11.11)	4 (0.99)	1 (0.25)	4.29	0.72	มากที่สุด
รวม						4.24	0.68	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)								
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อ ออนไลน์	164 (40.49)	161 (39.75)	59 (14.57)	20 (4.94)	1 (0.25)	4.15	0.86	มาก
2. การโฆษณาโดยใช้ป้าย ประชาสัมพันธ์	155 (38.27)	150 (37.04)	81 (20.00)	18 (4.44)	1 (0.25)	4.09	0.88	มาก
3. การจัดแสดงและ กิจกรรมในพื้นที่	125 (30.86)	193 (47.65)	77 (19.01)	10 (2.47)	-	4.07	0.77	มาก
4. แพ้คเกจทัวร์ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว	116 (28.64)	176 (43.46)	95 (23.46)	14 (3.46)	4 (0.99)	3.95	0.86	มาก
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	125 (30.86)	172 (42.47)	68 (16.79)	33 (8.15)	7 (1.73)	3.93	0.97	มาก
รวม						4.04	0.68	มาก

ตาราง 20 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับความ ต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านบุคลากร (People)								
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	249 (61.48)	141 (34.81)	15 (3.70)	-	-	4.58	0.57	มากที่สุด
2. ผู้ให้บริการมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	239 (59.01)	134 (33.09)	30 (7.41)	2 (0.49)	-	4.51	0.66	มากที่สุด
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติ หน้าที่	235 (58.02)	144 (35.56)	26 (6.42)	-	-	4.52	0.62	มากที่สุด
4. ผู้ให้บริการมีการความรู้ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและ วัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็น อย่างดี	223 (55.06)	155 (38.27)	27 (6.67)	-	-	4.48	0.62	มากที่สุด
5. อธยาศัยของคนใน ท้องถิ่น	251 (61.98)	130 (32.10)	22 (5.43)	2 (0.49)	-	4.56	0.62	มากที่สุด
รวม						4.53	0.50	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)								
1. การอำนวยความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง	187 (46.17)	177 (43.70)	38 (9.38)	2 (0.49)	1 0.25	4.35	0.69	มากที่สุด
2. การจัดลำดับก่อนหลังใน การให้บริการ	145 (35.80)	209 (51.60)	48 (11.85)	3 (0.74)	-	4.22	0.67	มากที่สุด
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อ ความหมายอย่างชัดเจน	156 (38.52)	180 (44.44)	59 (14.57)	8 (1.98)	2 (0.49)	4.19	0.78	มาก
4. บริการดูแลรักษาความ ปลอดภัยสำหรับที่ นั่งท่องเที่ยว	161 (39.75)	200 (49.38)	41 (10.12)	3 (0.74)	-	4.28	0.67	มากที่สุด
รวม						4.26	0.58	มากที่สุด

ตาราง 20 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับความ ต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)								
1. ความเพียงพอของ สาธารณูปโภค	186 (45.93)	179 (44.20)	36 (8.89)	3 (0.74)	1 (0.25)	4.35	0.69	มากที่สุด
2. ความสะอาดของแหล่ง ท่องเที่ยว	153 (37.78)	197 (48.64)	54 (13.33)	1 (0.25)	-	4.24	0.68	มากที่สุด
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	164 (40.49)	164 (40.49)	71 (17.53)	6 (1.48)	-	4.20	0.77	มาก
4. ถังขยะมีปริมาณที่ เพียงพอ	120 (29.63)	204 (50.37)	72 (17.78)	6 (1.48)	3 (0.74)	4.07	0.77	มาก
5. จุดที่นั่งพักผ่อน เพียงพอและเหมาะสม	144 (35.56)	188 (46.42)	72 (17.78)	-	1 (0.25)	4.17	0.72	มาก
รวม						4.20	0.59	มากที่สุด
โดยรวม						4.26	0.45	มากที่สุด

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.26) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีระดับความต้องการมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) รองลงมา ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.32) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.23) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.20) ตามลำดับ ด้านที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.04) ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายข้อ ทั้ง 27 ข้อ มีความเห็นว่าปัจจัยรายข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.58-3.93) และรายข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ

1. ผู้ให้บริการพุดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม (ค่าเฉลี่ย = 4.58)
2. อธิบายของคนที่ต้องถึง (ค่าเฉลี่ย = 4.56)

3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.52)
4. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.51)
5. ผู้ให้บริการมีการความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 4.48)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แบ่งเป็นรายด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 แปลความว่า ระดับมากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 แปลความว่า ระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 แปลความว่า ระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 แปลความว่า ระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 แปลความว่า ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)				
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.37	0.62	4.49	0.63

ตาราง 21 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	4.25	0.77	4.37	0.70
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.07	0.85	4.24	0.77
รวม	4.23	0.61	4.67	0.59
ด้านราคา (Price)				
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ	4.21	0.65	4.21	0.73
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.21	0.66	4.24	0.71
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.22	0.69	4.25	0.70
รวม	4.21	0.58	4.23	0.63
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)				
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหาร ท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	4.15	0.79	4.23	0.79
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.22	0.74	4.33	0.71
รวม	4.21	0.58	4.23	0.63
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	4.05	0.88	4.21	0.85
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	4.11	0.90	4.07	0.87
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	4.07	0.80	4.07	0.75
4. แพ็คเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.89	0.91	3.99	0.84
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.88	1.01	3.95	0.96
รวม	4.00	0.72	4.05	0.66

ตาราง 21 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลากร (People)				
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.55	0.60	4.59	0.55
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.53	0.59	4.49	0.69
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.52	0.65	4.52	0.60
4. ผู้ให้บริการมีการความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.46	0.63	4.50	0.61
5. อธยาศัยของคนในท้องถิ่น	4.53	0.63	4.57	0.62
รวม	4.52	0.50	4.28	0.61
ด้านกระบวนการ (Process)				
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.32	0.64	4.37	0.72
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.18	0.66	4.25	0.69
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.16	0.74	4.20	0.82
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับที่นักท่องเที่ยว	4.26	0.61	4.29	0.71
รวม	4.23	0.52	4.28	0.61
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)				
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.29	0.67	4.38	0.70
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.68	4.24	0.68
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.18	0.77	4.21	0.78
4. ถังขยะมีปริมาณที่เพียงพอ	4.05	0.73	4.07	0.80
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม	4.15	0.68	4.18	0.75
รวม	4.15	0.56	4.22	0.62
โดยรวม	4.22	0.43	4.28	0.47

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศชาย ระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) และด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศหญิง ระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก



ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องนึ่งของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ

ระดับความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 49 ปี		50 - 60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด												
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)												
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.32	0.65	4.45	0.57	4.48	0.76	4.47	0.65	4.50	0.57	4.36	0.621
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	3.77	0.81	4.39	0.64	4.41	0.82	4.25	0.79	4.36	0.64	4.25	0.75
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.00	0.87	4.23	0.72	4.06	0.90	4.30	0.78	4.20	0.80	4.18	0.90
รวม	4.03	0.63	4.35	0.53	4.31	0.73	4.34	0.62	4.35	0.55	0.26	0.60
ด้านราคา (Price)												
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ	4.23	0.87	4.22	0.70	4.16	0.72	4.19	0.71	4.23	0.66	4.25	0.65
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.23	0.81	4.24	0.72	4.22	0.71	4.23	0.70	4.16	0.63	4.32	0.61
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.36	0.79	4.25	0.69	4.13	0.75	4.30	0.69	4.18	0.61	4.43	0.57
รวม	4.27	0.74	4.24	0.64	4.17	0.62	4.24	0.60	4.19	0.53	4.33	0.49

ตาราง 22 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 49 ปี		50 - 60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด												
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)												
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	4.05	0.78	4.18	0.76	4.28	0.84	4.23	0.84	4.20	0.77	4.18	0.77
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	3.91	0.68	4.31	0.67	4.34	0.76	4.23	0.84	4.29	0.65	4.39	0.79
รวม	3.98	0.68	4.24	0.66	4.31	0.72	4.23	0.75	4.24	0.61	4.29	0.71
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)												
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	3.95	1.13	4.14	0.78	4.22	0.79	4.21	0.95	4.07	1.06	4.21	0.79
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	3.86	0.99	3.96	0.83	4.29	0.92	4.19	0.80	3.98	0.94	4.39	0.83
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	3.95	0.72	4.05	0.72	4.19	0.79	4.17	0.76	3.95	0.84	3.96	0.88
4. แพคเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.64	1.04	3.93	0.83	4.07	0.88	4.06	0.79	3.80	0.86	4.07	0.98
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.59	1.05	3.90	0.99	4.02	0.96	4.02	0.92	3.88	1.03	3.96	0.92
รวม	3.80	0.85	4.00	0.62	4.16	0.69	4.13	0.67	3.94	0.77	4.12	0.68

ตาราง 22 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 49 ปี		50 – 60 ปี		มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลากร (People)												
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.50	0.51	4.63	0.53	4.59	0.56	4.51	0.58	4.43	0.68	4.68	0.48
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.36	0.73	4.54	0.68	4.53	0.57	4.53	0.62	4.41	0.73	4.46	0.58
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.36	0.73	4.59	0.54	4.49	0.61	4.47	0.65	4.36	0.75	4.68	0.55
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและ วัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.27	0.63	4.55	0.58	4.55	0.57	4.32	0.73	4.36	0.70	4.61	0.57
5. อัตราค้ำยของคนในท้องถิ่น	4.45	0.60	4.59	0.63	4.51	0.65	4.60	0.54	4.50	0.66	4.61	0.57
รวม	4.39	0.55	4.58	0.51	4.53	0.43	4.59	0.51	4.41	0.59	4.61	0.39
ด้านกระบวนการ (Process)												
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.05	0.72	4.32	0.70	4.44	0.70	4.26	0.71	4.39	0.68	4.57	0.50
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.00	0.69	4.22	0.61	4.28	0.75	4.17	0.72	4.14	0.75	4.50	0.51
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	3.86	0.89	4.16	0.73	4.29	0.85	4.15	0.86	4.12	0.76	4.43	0.69
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยว	4.23	0.68	4.27	0.68	4.29	0.70	4.38	0.61	4.23	0.69	4.32	0.61
รวม	4.03	0.61	4.24	0.57	4.33	0.61	4.24	0.58	4.22	0.58	4.46	0.42

ตาราง 22 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 49 ปี		50 - 60 ปี		มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
	ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)											
1. ความแข็งแรงของสารบัญญัตินอก	4.09	0.75	4.42	0.62	4.31	0.79	4.21	0.69	4.27	0.75	4.64	0.56
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.65	4.27	0.72	4.20	0.68	4.23	0.60	4.21	0.71	4.43	0.57
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.05	0.90	4.29	0.75	4.16	0.82	4.09	0.72	4.09	0.72	4.32	0.86
4. ถังขยะมีปริมาณที่เพียงพอ	4.09	0.68	4.08	0.77	4.02	0.89	4.13	0.58	3.98	0.82	4.14	0.71
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม	4.05	0.79	4.17	0.74	4.20	0.75	4.23	0.67	4.02	0.67	4.39	0.74
รวม	4.06	0.57	4.24	0.61	4.18	0.64	4.18	0.48	4.11	0.60	4.39	0.53
โดยรวม	4.08	0.52	4.27	0.41	4.28	0.51	4.26	0.45	4.21	0.46	4.35	0.39

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 49 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 – 60 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 23 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.13	0.80	4.17	0.67	4.22	0.76	4.37	0.69	4.38	0.52
รวม	4.10	0.74	4.16	0.68	4.21	0.68	4.31	0.67	4.37	0.44
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)										
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	3.85	1.11	4.02	0.92	4.25	0.76	4.22	0.81	4.12	0.64
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	3.89	0.90	4.19	0.83	4.10	0.98	4.10	0.86	4.38	0.52
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	3.91	0.78	4.19	0.61	4.01	0.88	4.11	0.76	4.00	0.76
4. แอปพลิเคชันส่งเสริมกิจการการท่องเที่ยว	3.73	0.89	3.94	0.82	3.98	0.94	4.01	0.84	3.88	0.64
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.85	0.91	3.98	0.85	3.86	1.06	3.96	0.99	3.75	1.04
รวม	3.84	0.71	4.06	0.60	4.04	0.74	4.08	0.67	4.03	0.65
ด้านบุคลากร (People)										
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.38	0.65	4.53	0.50	4.49	0.62	4.67	0.52	4.75	0.46
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.29	0.76	4.32	0.59	4.45	0.59	4.61	0.65	4.88	0.35
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานที่	4.25	0.75	4.43	0.68	4.46	0.62	4.61	0.54	4.75	0.46
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.18	0.72	4.38	0.68	4.38	0.64	4.62	0.53	4.62	0.52
5. อัตรากำลังคนในท้องถิ่น	4.40	0.68	4.38	0.71	4.39	0.70	4.69	0.52	4.62	0.52

ตาราง 23 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษาตอน ปลาย		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
รวม	4.30	0.58	4.41	0.49	4.43	0.48	4.64	0.46	4.73	0.35
ด้านกระบวนการ (Process)										
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.20	0.68	4.34	0.60	4.39	0.61	4.37	0.74	4.62	0.52
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.05	0.65	4.09	0.75	4.22	0.75	4.28	0.63	4.62	0.52
3. ป้ายชี้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.09	0.73	4.11	0.79	4.11	0.80	4.23	0.80	4.75	0.46
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับที่นั่งท่องเที่ยว	4.20	0.70	4.32	0.63	4.30	0.64	4.27	0.69	4.62	0.52
รวม	4.14	0.53	4.21	0.50	4.26	0.55	4.29	0.61	4.66	0.48
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)										
1. ความเพียงพอของสถาปัตยกรรม	4.15	0.73	4.34	0.56	4.25	0.82	4.42	0.65	4.75	0.46
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.71	4.26	0.64	4.29	0.66	4.26	0.69	4.50	0.54
3. พื้นที่ยจอดรถเพียงพอ	3.91	0.80	4.32	0.70	4.20	0.82	4.24	0.76	4.50	0.54
4. ถังขยะมีปริมาณที่เพียงพอ	3.89	0.83	4.21	0.62	4.04	0.82	4.08	0.77	4.25	0.71
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม	3.87	0.64	4.23	0.63	4.16	0.65	4.22	0.78	4.50	0.54
รวม	3.97	0.57	4.27	0.45	4.19	0.62	4.24	0.61	4.50	0.50
โดยรวม	4.09	0.49	4.22	0.37	4.24	0.44	4.31	0.46	4.42	0.39

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

พูน ปณ ทิโต ชเว

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษียณอายุ ราชการ		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)												
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.40	0.59	4.52	0.59	4.50	0.60	4.43	0.72	4.86	0.38	4.28	0.65
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลพบุรี	4.22	0.67	4.37	0.80	4.44	0.67	4.28	0.80	4.57	0.53	4.26	0.75
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.28	0.74	4.09	1.01	4.18	0.72	4.17	0.81	4.43	0.54	4.05	0.94
รวม	4.29	0.53	4.32	0.70	4.37	0.53	4.29	0.66	4.62	0.30	4.20	0.73
ด้านราคา (Price)												
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ	4.11	0.76	4.13	0.58	4.26	0.69	4.25	0.71	4.43	0.54	4.26	0.75
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.09	0.76	4.20	0.58	4.30	0.66	4.27	0.76	4.29	0.49	4.28	0.65
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.12	0.78	4.28	0.50	4.30	0.70	4.24	0.65	4.57	0.54	4.21	0.73
รวม	4.10	0.70	4.20	0.49	4.29	0.59	4.25	0.60	4.43	0.37	4.25	0.63

ตาราง 24 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		เกษียณอายุราชการ		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)												
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.12	0.79	4.33	0.70	4.23	0.78	4.22	0.89	4.14	0.38	4.13	0.77
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.22	0.66	4.35	0.71	4.30	0.68	4.29	0.86	4.57	0.53	4.28	0.69
รวม	4.10	0.70	4.20	0.49	4.28	0.59	4.25	0.60	4.43	0.37	4.21	0.63
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)												
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	4.13	0.84	4.28	0.83	4.13	0.85	4.22	0.95	4.57	0.54	3.90	0.85
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	3.89	0.87	4.24	0.79	4.17	0.83	4.12	0.98	4.57	0.54	3.92	0.90
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	3.95	0.71	4.04	0.87	4.17	0.71	4.13	0.83	4.00	0.00	3.92	0.87
4. แอปพลิเคชันส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.78	0.86	3.91	0.84	4.02	0.84	4.03	0.91	4.14	0.69	3.97	0.90
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.73	1.08	3.80	0.91	3.99	0.90	4.00	1.04	4.14	0.38	4.10	0.94
รวม	3.90	0.67	4.06	0.70	4.10	0.64	4.10	0.74	4.29	0.25	3.96	0.73

ตาราง 24 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		เกษียณอายุราชการ		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด												
ด้านบุคลากร (People)												
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.57	0.52	4.59	0.58	4.62	0.58	4.55	0.54	5.00	0.00	4.41	0.68
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.40	0.78	4.61	0.58	4.53	0.60	4.55	0.60	4.71	0.49	4.41	0.72
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.51	0.58	4.52	0.62	4.50	0.60	4.57	0.60	5.00	0.00	4.38	0.78
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.48	0.58	4.57	0.58	4.47	0.66	4.45	0.60	4.86	0.38	4.46	0.68
5. อัตราค้ำของคงเป็นท้องถิ่น	4.55	0.58	4.67	0.56	4.51	0.65	4.58	0.65	4.86	0.38	4.49	0.64
รวม	4.50	0.54	4.59	0.48	4.53	0.49	4.54	0.45	4.89	0.16	4.43	0.62
ด้านกระบวนการ (Process)												
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.12	0.82	4.50	0.59	4.42	0.54	4.39	0.76	4.71	0.48	4.33	0.66
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.12	0.64	4.50	0.51	4.18	0.70	4.22	0.74	4.43	0.54	4.28	0.65
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.00	0.87	4.43	0.54	4.18	0.70	4.22	0.88	4.57	0.79	4.21	0.80
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.17	0.79	4.33	0.60	4.28	0.61	4.36	0.66	4.57	0.54	4.26	0.68
รวม	4.10	0.66	4.44	0.42	4.27	0.52	4.30	0.61	4.57	0.47	4.27	0.59

ตาราง 24 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษียณอายุ ราชการ		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)												
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.31	0.61	4.46	0.62	4.34	0.71	4.30	0.77	5.00	0.00	4.33	0.74
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.13	0.66	4.22	0.66	4.29	0.73	4.25	0.62	4.57	0.54	4.28	0.72
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.12	0.82	4.24	0.71	4.27	0.76	4.16	0.76	4.57	0.79	4.13	0.83
4. ถังขยะมีปริมาณที่เพียงพอ	3.97	0.74	4.22	0.59	4.13	0.83	3.96	0.81	4.43	0.54	4.10	0.75
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม	4.02	0.76	4.28	0.58	4.23	0.70	4.08	0.78	4.86	0.38	4.28	0.65
รวม	4.11	0.60	4.28	0.51	4.25	0.61	4.15	0.60	4.69	0.34	4.23	0.62
โดยรวม	4.17	0.47	4.32	0.40	4.29	0.42	4.27	0.49	4.55	0.79	4.22	0.49

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษียณอายุราชการ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความถี่ของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)												
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.32	0.59	4.44	0.63	4.34	0.75	4.53	0.60	4.68	0.55	4.81	0.40
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลพบุรี	4.13	0.74	4.35	0.67	4.37	0.79	4.38	0.72	4.54	0.64	4.59	0.67
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.15	0.87	4.16	0.76	4.11	0.89	4.15	0.76	4.39	0.63	4.41	0.62
รวม	4.20	0.59	4.32	0.56	4.27	0.70	4.36	0.60	4.54	0.53	4.60	0.44
ด้านราคา (Price)												
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ	4.06	0.75	4.24	0.68	4.26	0.76	4.30	0.67	4.29	0.60	4.28	0.52
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.07	0.74	4.29	0.66	4.29	0.79	4.32	0.68	4.36	0.56	4.19	0.47
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.12	0.77	4.19	0.71	4.36	0.63	4.25	0.70	4.46	0.58	4.28	0.46
รวม	4.09	0.69	4.24	0.58	4.30	0.65	4.29	0.60	4.37	0.49	4.25	0.37

ตาราง 25 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)												
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	4.12	0.84	4.12	0.70	4.14	0.95	4.32	0.70	4.39	0.63	4.53	0.72
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.23	0.72	4.20	0.68	4.19	0.81	4.33	0.71	4.61	0.63	4.59	0.56
รวม	4.17	0.71	4.16	0.58	4.16	0.82	4.32	0.65	4.50	0.54	4.56	0.58
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)												
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	4.02	0.95	4.01	0.83	4.22	0.82	4.13	0.85	4.61	0.74	4.56	0.62
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	3.87	0.94	3.95	0.82	4.15	0.92	4.28	0.72	4.54	0.74	4.38	0.91
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	3.90	0.76	4.06	0.74	4.16	0.83	4.10	0.75	4.25	0.80	4.25	0.72
4. แอปพลิเคชันส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.78	0.93	3.87	0.72	3.96	1.02	4.07	0.80	4.29	0.76	4.31	0.69
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.75	1.06	3.92	0.95	3.96	1.07	3.97	0.92	4.25	0.52	4.12	0.87
รวม	3.86	0.72	3.96	0.61	4.09	0.76	4.11	0.61	4.39	0.53	4.32	0.63

ตาราง 25 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลากร (People)												
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.49	0.57	4.56	0.59	4.59	0.57	4.65	0.55	4.75	0.44	4.62	0.55
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.32	0.81	4.44	0.64	4.62	0.54	4.62	0.52	4.75	0.44	4.69	0.54
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.42	0.67	4.45	0.69	4.55	0.55	4.53	0.54	4.82	0.39	4.69	0.53
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.42	0.67	4.41	0.64	4.44	0.65	4.67	0.48	4.71	0.53	4.50	0.57
5. อัยาศัยของคนในท้องถิ่น	4.53	0.60	4.47	0.67	4.55	0.67	4.57	0.62	4.82	0.48	4.69	0.47
รวม	4.44	0.56	4.47	0.54	4.55	0.47	4.61	0.41	4.77	0.38	4.64	0.39
ด้านกระบวนการ (Process)												
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.20	0.80	4.32	0.62	4.30	0.76	4.48	0.54	4.54	0.51	4.69	0.54
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.16	0.67	4.07	0.66	4.23	0.72	4.35	0.61	4.29	0.76	4.62	0.55
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.00	0.93	4.06	0.65	4.15	0.81	4.40	0.62	4.57	0.79	4.56	0.56
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.23	0.79	4.20	0.59	4.27	0.71	4.35	0.55	4.36	0.62	4.53	0.57
รวม	4.15	0.66	4.16	0.50	4.24	0.62	4.40	0.44	4.44	0.57	4.60	0.45

ตาราง 25 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		20,001 - 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)												
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.29	0.67	4.23	0.67	4.29	0.84	4.48	0.60	4.57	0.69	4.59	0.56
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.18	0.73	4.08	0.68	4.36	0.61	4.33	0.63	4.21	0.74	4.53	0.62
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.11	0.83	4.10	0.76	4.32	0.78	4.28	0.67	4.07	0.90	4.53	0.57
4. ถึงข้อมีปริมาณที่เพียงพอ	3.98	0.76	4.00	0.77	4.07	0.87	4.18	0.68	4.04	0.84	4.38	0.66
5. จุดที่นั่งพักผ่อนและเหมาะสม	4.11	0.79	4.00	0.68	4.19	0.74	4.25	0.65	4.32	0.72	4.59	0.56
รวม	4.13	0.61	4.08	0.57	4.24	0.63	4.31	0.53	4.24	0.62	0.53	0.46
โดยรวม	4.15	0.49	4.20	0.40	4.26	0.51	4.34	0.38	4.46	0.39	4.50	0.36

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิภาค (1)

ระดับความต้องการ	จังหวัดสกลนคร		จังหวัด นครพนม		จังหวัด มุกดาหาร		จังหวัด อุดรธานี		จังหวัด หนองคาย		จังหวัด บึงกาฬ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด												
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)												
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.30	0.67	4.53	0.53	4.50	0.52	5.00	0.00	4.67	0.58	5.00	0.00
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	4.16	0.79	4.46	0.55	4.57	0.51	5.00	0.00	4.67	0.58	5.00	0.00
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.07	0.91	4.32	0.62	4.36	0.63	4.83	0.41	4.00	0.00	4.67	0.58
รวม	4.17	0.66	4.44	0.43	4.48	0.45	4.94	0.14	4.44	0.38	4.89	0.19
ด้านราคา (Price)												
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ	4.13	0.75	4.12	0.74	4.43	0.51	4.50	0.55	4.00	0.00	4.33	0.58
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.18	0.74	4.16	0.74	4.43	0.51	4.33	0.52	4.33	0.85	4.33	0.58
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.24	0.70	4.15	0.75	4.50	0.52	4.33	0.52	4.00	0.00	4.67	0.57
รวม	4.18	0.63	4.14	0.69	4.45	0.50	4.39	0.49	4.11	0.19	4.44	0.51

ตาราง 26 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	จังหวัดสกลนคร		จังหวัดนครพนม		จังหวัดมุกดาหาร		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดบึงกาฬ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด												
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)												
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	4.11	0.83	4.05	0.74	4.29	0.73	4.33	0.52	4.00	0.00	4.67	0.58
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.19	0.75	4.30	0.64	4.43	0.51	4.83	0.41	4.33	0.58	5.00	0.00
รวม	4.15	0.72	4.18	0.60	4.36	0.53	4.58	0.38	4.17	0.29	4.83	0.29
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)												
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	3.97	0.95	4.15	0.75	4.43	0.76	4.83	0.41	4.67	0.58	5.00	0.00
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	3.82	0.92	4.11	0.79	4.43	0.65	4.50	0.55	5.00	0.00	5.00	0.00
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	3.95	0.82	4.00	0.66	4.36	0.50	4.17	0.41	4.67	0.58	4.67	0.58
4. แอปพลิเคชันส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.71	0.92	3.91	0.69	4.36	0.75	4.33	0.52	5.00	0.00	4.67	0.58
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.79	0.98	3.76	0.99	4.43	0.65	4.17	0.41	4.67	0.58	4.67	0.58
รวม	3.85	0.71	3.98	0.59	4.40	0.51	4.40	0.36	4.80	0.00	4.80	3.45

ตาราง 26 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	จังหวัดสกลนคร		จังหวัดนครพนม		จังหวัดมุกดาหาร		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดบึงกาฬ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลากร (People)												
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.51	0.60	4.54	0.58	4.71	0.47	4.83	0.41	4.33	0.58	5.00	0.00
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.44	0.66	4.34	0.85	4.71	0.47	4.83	0.41	4.33	0.58	5.00	0.00
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.42	0.67	4.51	0.56	4.64	0.50	4.83	0.41	4.33	0.58	5.00	0.00
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.40	0.68	4.50	0.56	4.64	0.50	4.83	0.41	4.33	0.58	5.00	0.00
5. อัยาศัยของคนในท้องถิ่น	4.49	0.67	4.50	0.60	4.64	0.63	4.83	0.41	4.67	0.58	4.67	0.58
รวม	4.45	0.55	4.48	0.55	4.67	0.45	4.83	0.41	4.40	0.53	4.93	0.12
ด้านกระบวนการ (Process)												
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.30	0.71	4.18	0.80	4.36	0.63	4.33	0.52	5.00	0.00	4.67	0.58
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.10	0.73	4.22	0.56	4.21	0.43	4.17	0.41	4.67	0.58	4.67	0.58
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.03	0.84	4.11	0.79	4.29	0.47	4.50	0.55	4.67	0.58	5.00	0.00
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.25	0.67	4.15	0.81	4.29	0.61	4.33	0.52	4.67	0.58	4.67	0.58
รวม	4.16	0.59	4.16	0.64	4.29	0.45	4.33	0.41	4.75	0.43	4.75	0.43

ตาราง 26 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	จังหวัดสกลนคร		จังหวัดนครพนม		จังหวัดมุกดาหาร		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		จังหวัดบึงกาฬ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)												
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.22	0.79	4.28	0.54	4.29	0.61	4.83	0.41	4.33	0.58	4.67	0.58
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.16	0.73	4.03	0.57	4.07	0.73	4.50	0.55	4.00	0.00	4.33	0.58
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.21	0.81	3.89	0.79	4.07	0.62	4.50	0.55	4.00	0.00	3.67	0.58
4. ถึงข้อมีปริมาณที่เพียงพอ	4.01	0.83	3.92	0.74	3.86	0.54	4.50	0.55	4.00	0.00	4.00	0.00
5. จุดที่นักท่องเที่ยวพักผ่อนและเหมาะสม	4.11	0.74	4.00	0.78	4.00	0.56	4.67	0.52	4.33	0.58	4.33	0.58
รวม	4.14	0.63	4.02	0.56	4.06	0.53	4.60	0.46	4.13	0.23	4.20	0.20
โดยรวม	4.16	0.48	4.20	0.45	4.39	0.33	4.58	0.10	4.40	0.15	4.69	0.18

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิภาค (2)

ระดับความต้องการ	จังหวัดในเขตภาคอีสาน		จังหวัดในเขตภาคเหนือ		จังหวัดในเขตภาคกลาง		จังหวัดเขตภาคใต้		จังหวัดเขตภาคตะวันออก		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
	ภาคอีสาน		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ตะวันออก		อื่นๆ	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)												
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ	4.52	0.67	4.50	0.58	4.73	0.45	4.67	0.58	-	-	-	-
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	4.50	0.67	4.00	1.15	4.42	0.66	5.00	0.00	-	-	-	-
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.17	0.77	4.50	0.58	4.33	0.64	3.67	0.58	-	-	-	-
รวม	4.40	0.58	4.33	0.77	4.50	0.52	4.44	0.38	-	-	-	-
ด้านราคา (Price)												
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ	4.30	0.57	4.25	0.50	4.49	0.59	4.67	0.58	-	-	-	-
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.28	0.63	3.75	0.50	4.44	0.59	4.33	0.58	-	-	-	-
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.17	0.69	3.75	0.50	4.38	0.61	4.67	0.58	-	-	-	-
รวม	4.25	0.56	3.92	0.17	4.44	0.51	4.56	0.19	-	-	-	-

ตาราง 27 (ต่อ)

ระดับความต้องการ	จังหวัดในเขตภาคอีสาน		จังหวัดในเขตภาคเหนือ		จังหวัดในเขตภาคกลาง		จังหวัดเขตภาคตะวันออก		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ส่วนประสมทางการตลาด										
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)										
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ	4.48	0.67	3.75	1.50	4.53	0.69	4.00	1.00	-	-
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว	4.46	0.67	4.00	1.16	4.38	0.75	4.00	1.00	-	-
รวม	4.47	0.59	3.88	1.31	4.46	0.67	4.00	1.00	-	-
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)										
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์	4.50	0.61	4.00	1.41	4.33	0.77	3.33	0.58	-	-
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์	4.44	0.69	3.50	1.92	4.58	0.62	4.00	0.00	-	-
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่	4.19	0.80	4.25	0.96	4.40	0.65	3.67	0.58	-	-
4. แอปพลิเคชันส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.20	0.81	4.50	0.58	4.42	0.69	4.33	0.58	-	-
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ	3.98	1.24	4.50	1.00	4.36	0.71	4.33	1.16	-	-
รวม	4.26	0.62	4.15	0.89	4.42	0.56	3.93	0.23	-	-

ตาราง 27 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	จังหวัดในเขต ภาคอีสาน		จังหวัดเขต ภาคเหนือ		จังหวัดในเขต ภาคกลาง		จังหวัดเขต ภาคใต้		จังหวัดเขตภาค ตะวันออก		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านบุคลากร (People)												
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม	4.67	0.51	4.50	0.58	4.73	0.45	5.00	0.00	-	-	-	-
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.70	0.46	4.25	0.50	4.69	0.47	5.00	0.00	-	-	-	-
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.61	0.53	4.50	0.58	4.73	0.45	4.33	0.58	-	-	-	-
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.52	0.54	4.25	0.50	4.67	0.56	4.67	0.58	-	-	-	-
5. อัจฉริยะของคนในท้องถิ่น	4.69	0.58	4.75	0.50	4.67	0.48	4.67	0.58	-	-	-	-
รวม	4.64	0.32	4.45	0.30	4.70	0.34	4.73	0.12	-	-	-	-
ด้านกระบวนการ (Process)												
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	4.52	0.50	4.50	0.58	4.56	0.59	5.00	0.00	-	-	-	-
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	4.43	0.63	4.25	0.50	4.47	0.69	4.67	0.58	-	-	-	-
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน	4.48	0.61	4.25	0.96	4.49	0.70	4.33	0.58	-	-	-	-
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.35	0.52	4.75	0.50	4.44	0.62	4.67	0.58	-	-	-	-
รวม	4.44	0.42	4.44	0.38	4.49	0.54	4.67	0.29	-	-	-	-

ตาราง 27 (ต่อ)

ระดับความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด	จังหวัดในเขต ภาคอีสาน		จังหวัดเขต ภาคเหนือ		จังหวัดในเขต ภาคกลาง		จังหวัดเขต ภาคใต้		จังหวัดเขตภาค ตะวันออก		อื่นๆ	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
	ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)											
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.43	0.60	4.75	0.50	4.78	0.42	5.00	0.00	-	-	-	-
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.52	0.61	4.25	0.50	4.64	0.53	4.33	0.58	-	-	-	-
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	4.24	0.75	4.50	0.58	4.62	0.49	4.67	0.58	-	-	-	-
4. ถึงขยจะมีปริมาณที่เพียงพอ	4.11	0.77	4.75	0.50	4.44	0.55	4.67	0.58	-	-	-	-
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม	4.31	0.70	4.25	0.50	4.51	0.59	4.33	0.58	-	-	-	-
รวม	4.32	0.57	4.50	0.20	4.60	0.36	4.60	0.40	-	-	-	-
โดยรวม	4.40	0.34	4.24	0.47	4.51	0.38	4.42	0.14	-	-	-	-

จากตาราง 26-27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดสกลนคร มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดนครพนม มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดมุกดาหาร มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอุดรธานี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดหนองคาย มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดบึงกาฬ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคอีสาน มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคอีสาน มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคเหนือ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคกลาง มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคใต้ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลมาทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้ง 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ	17 (11.56)	37 (14.34)	54 (13.33)
	ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน	41 (27.89)	53 (20.54)	94 (23.21)
	ท่องเที่ยวเพื่อความสำเร็จ	36 (24.49)	69 (26.74)	105 (25.93)
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม	50 (34.01)	90 (34.88)	140 (34.57)
	ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ	3 (2.04)	9 (3.49)	12 (2.96)
	รวม	147	258	405
Pearson Chi-Square 3.587 Asymp. Sig. (2-sided) .465				
กลุ่มที่ร่วมเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	มาคนเดียว	18 (12.24)	15 (5.81)	33 (8.15)
	มากับเพื่อน	65 (44.22)	111 (43.02)	176 (43.46)
	มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	66 (42.86)	124 (48.06)	184 (46.17)
	มากับบริษัททัวร์	1 (0.68)	8 (3.10)	9 (2.22)
รวม	147	258	405	

ตาราง 28 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
Pearson Chi-Square 7.802 Asymp. Sig. (2-sided) .050*				
พาหนะที่ใช้เดินทาง มาท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	รถยนต์ส่วนตัว	117 (79.59)	202 (78.29)	319 (78.77)
	รถโดยสารประจำทาง	8 (5.44)	12 (4.65)	20 (4.94)
	รถตู้ท่องเที่ยว	8 (5.44)	19 (7.36)	27 (6.67)
	รถจักรยานยนต์	3 (2.04)	8 (3.10)	11 (2.72)
	เครื่องบิน	2 (1.36)	1 (0.39)	3 (0.74)
อื่นๆ	9 (6.12)	16 (6.20)	25 (6.17)	
รวม		147	258	405
Pearson Chi-Square 2.243 Asymp. Sig. (2-sided) .815				
การพักค้างคืนในการ เดินทางครั้งนี้	พักค้างคืน	51 (34.69)	99 (38.37)	150 (37.04)
	ไม่พักค้างคืน	96 (65.31)	159 (61.63)	255 (62.96)
รวม		147	258	405
Pearson Chi-Square .543 Asymp. Sig. (2-sided) .461				

ตาราง 28 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
ประเภทของที่พักใน การเดินทางมา	โรงแรม	7 (13.73)	11 (11.11)	18 (12)
	รีสอร์ท	-	1 (1.01)	1 (0.67)
ท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	บ้านญาติ/เพื่อน	33 (64.71)	63 (63.64)	96 (64)
	โฮมสเตย์	10 (19.61)	24 (24.24)	34 (22.67)
	วัด/โรงเรียน	1 (1.96)	-	1 (0.67)
	รวม	51	99	150
Pearson Chi-Square 2.973 Asymp. Sig. (2-sided) .562				
ระยะเวลาการพัก แรม	1 คืน	21 (41.18)	45 (45.45)	66 (44)
	2 คืน	13 (25.49)	31 (31.31)	44 (29.33)
	3 คืน	2 (3.92)	4 (4.04)	6 (4)
	มากกว่า 3 คืน	15 (29.41)	19 (19.19)	34 (22.67)
	รวม	51	99	150
Pearson Chi-Square 2.081 Asymp. Sig. (2-sided) .556				
ค่าใช้จ่ายส่วนตัว เฉลี่ยต่อวัน	น้อยกว่า 1,000 บาท	101 (68.71)	191 (74.03)	292 (72.10)
	1,001 – 2,000 บาท	30 (20.41)	48 (18.60)	78 (19.26)

ตาราง 28 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
	2,001 – 3,000 บาท	30 (20.41)	48 (18.60)	78 (19.26)
	มากกว่า 3,001 บาท	7 (4.76)	8 (3.10)	15 (3.70)
รวม		147	258	405
Pearson Chi-Square 1.879 Asymp. Sig. (2-sided) .598				
จำนวนครั้งในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	ครั้งแรก	45 (30.61)	86 (33.33)	131 (32.35)
	ครั้งที่ 2	21 (14.29)	26 (10.08)	47 (11.60)
	ครั้งที่ 3	12 (8.16)	27 (10.47)	39 (9.63)
	มากกว่า 3 ครั้ง	69 (46.94)	119 (46.12)	188 (46.42)
รวม		147	258	405
Pearson Chi-Square 2.172 Asymp. Sig. (2-sided) .537				
ช่องทางรู้จักแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	หนังสือพิมพ์	2 (1.36)	1 (0.39)	3 (0.74)
	วิทยุ/โทรทัศน์	17 (11.56)	12 (4.65)	29 (7.16)
	วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	3 (2.04)	2 (0.78)	5 (1.23)
	อินเทอร์เน็ต	88 (59.86)	196 (75.97)	284 (70.12)

ตาราง 28 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท. สมาคมท่องเที่ยว บริษัททัวร์ เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์ อื่นๆ		7	5	12
		(4.76)	(1.94)	(2.96)
		3	2	5
		(2.04)	(0.78)	(1.23)
		1	-	1
	(0.68)		(0.25)	
	-	1	1	
		(0.39)	(0.25)	
	26	39	65	
	(17.69)	(15.12)	(16.05)	
รวม		147	258	405

Pearson Chi-Square 18.572 Asymp. Sig. (2-sided) .017*

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ ประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกลุ่มที่ร่วมเดินทาง และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

พูน ปรณ ทิโต ชิว

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ						รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 49 ปี	50 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
วัตถุประสงค์เพื่อการ	ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ	1 (4.55)	17 (10.24)	8 (9.30)	5 (10.64)	13 (23.21)	10 (35.71)	54 (13.33)
เดินทางมาแหล่ง	ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน	5 (22.73)	36 (21.69)	19 (22.09)	11 (23.40)	16 (28.57)	7 (25)	94 (23.21)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ	8 (36.36)	45 (27.11)	30 (34.88)	10 (21.28)	9 (16.07)	3 (10.71)	105 (25.93)
จังหวัดสกลนคร	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม	8 (36.36)	66 (39.76)	27 (31.40)	21 (44.68)	13 (23.21)	5 (17.86)	140 (34.57)
	ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ	-	2 (1.20)	2 (2.33)	-	5 (8.93)	3 (10.71)	12 (2.96)
	รวม	22	166	86	47	56	28	405

Pearson Chi-Square 51.604 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

ตาราง 29 (ต่อ)

	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 49 ปี	50 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว							
กลุ่มที่ร่วมเดินทางมา	-	16 (9.64)	10 (11.63)	2 (4.26)	3 (5.36)	2 (7.14)	33 (8.15)
แหล่งท่องเที่ยว	14 (63.64)	98 (59.04)	27 (31.40)	13 (27.66)	17 (30.36)	7 (24)	176 (43.46)
เชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	8 (36.36)	52 (31.33)	47 (54.65)	29 (61.70)	35 (62.50)	16 (57.14)	187 (46.17)
มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	-	-	2 (2.33)	3 (6.38)	1 (1.79)	3 (10.71)	9 (2.22)
มากับบริษัททัวร์							
รวม	22	166	86	47	56	28	405
Pearson Chi-Square 59.403 Asymp. Sig. (2-sided) .000*							
พาหนะที่ใช้เดินทางมา	15 (68.18)	132 (79.52)	78 (90.70)	38 (80.85)	39 (69.64)	17 (60.71)	319 (78.77)
ท่องเที่ยวแหล่ง	2 (9.09)	12 (7.23)	2 (2.33)	1 (2.13)	2 (3.57)	1 (3.57)	20 (4.94)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	-	7 (4.22)	2 (2.33)	3 (6.38)	9 (16.07)	6 (21.43)	27. (6.67)
จังหวัดสกลนคร							
รถตู้เช่าเที่ยว							

ตาราง 29 (ต่อ)

	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 49 ปี	50 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว							
รถม้าเที่ยว	-	2 (1.20)	2 (2.33)	2 (4.26)	2 (3.57)	3 (10.71)	11 (2.72)
เครื่องปั้น	1 (4.55)	-	1 (1.16)	1 (2.13)	-	-	3 (0.74)
อื่นๆ	4 (18.18)	13 (7.83)	1 (1.16)	2 (4.26)	4 (7.14)	1 (3.57)	25 (6.17)
รวม	22	166	86	47	56	28	405
Pearson Chi-Square 57.250 Asymp. Sig. (2-sided) .000*							
การพักค้างคืนในการ เดินทางครั้งนี้	6 (27.27)	56 (33.73)	40 (46.51)	19 (40.43)	20 (35.71)	9 (32.14)	150 (37.04)
ไม่พักค้างคืน	16 (72.73)	110 (66.27)	46 (53.49)	28 (59.57)	36 (64.29)	19 (67.86)	255 (62.96)
รวม	22	166	86	47	56	28	405
Pearson Chi-Square 2.547 Asymp. Sig. (2-sided) .353							

ตาราง 29 (ต่อ)

	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 49 ปี	50 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว							
ประเภทของที่พักในการ							
โรงแรม	-	8 (14.29)	5 (12.50)	2 (10.53)	2 (10)	1 (11.11)	18 (12)
เดินทางมาท่องเที่ยว							
แหล่งท่องเที่ยวเชิง							
วัฒนธรรม จังหวัด	-	-	-	-	-	1 (11.11)	1 (0.67)
สกลนคร	6 (100)	36 (64.29)	26 (65)	15 (78.95)	9 (45)	4 (44.44)	96 (64)
โฮมสเตย์	-	11 (19.64)	9 (22.50)	2 (10.53)	9 (45)	3 (33.33)	34 (22.67)
วัด/โรงเรียน	-	1 (1.76)	-	-	-	-	1 (0.67)
รวม	6	56	40	19	20	9	150
Pearson Chi-Square 29.650 Asymp. Sig. (2-sided) .076							
ระยะเวลาการพักแรม							
1 คืน	3 (50)	28 (50)	17 (42.50)	8 (42.11)	7 (35)	3 (33.33)	66 (44)
2 คืน	1 (16.67)	18 (32.14)	10 (25)	6 (31.58)	7 (35)	2 (22.22)	44 (29.33)

ตาราง 29 (ต่อ)

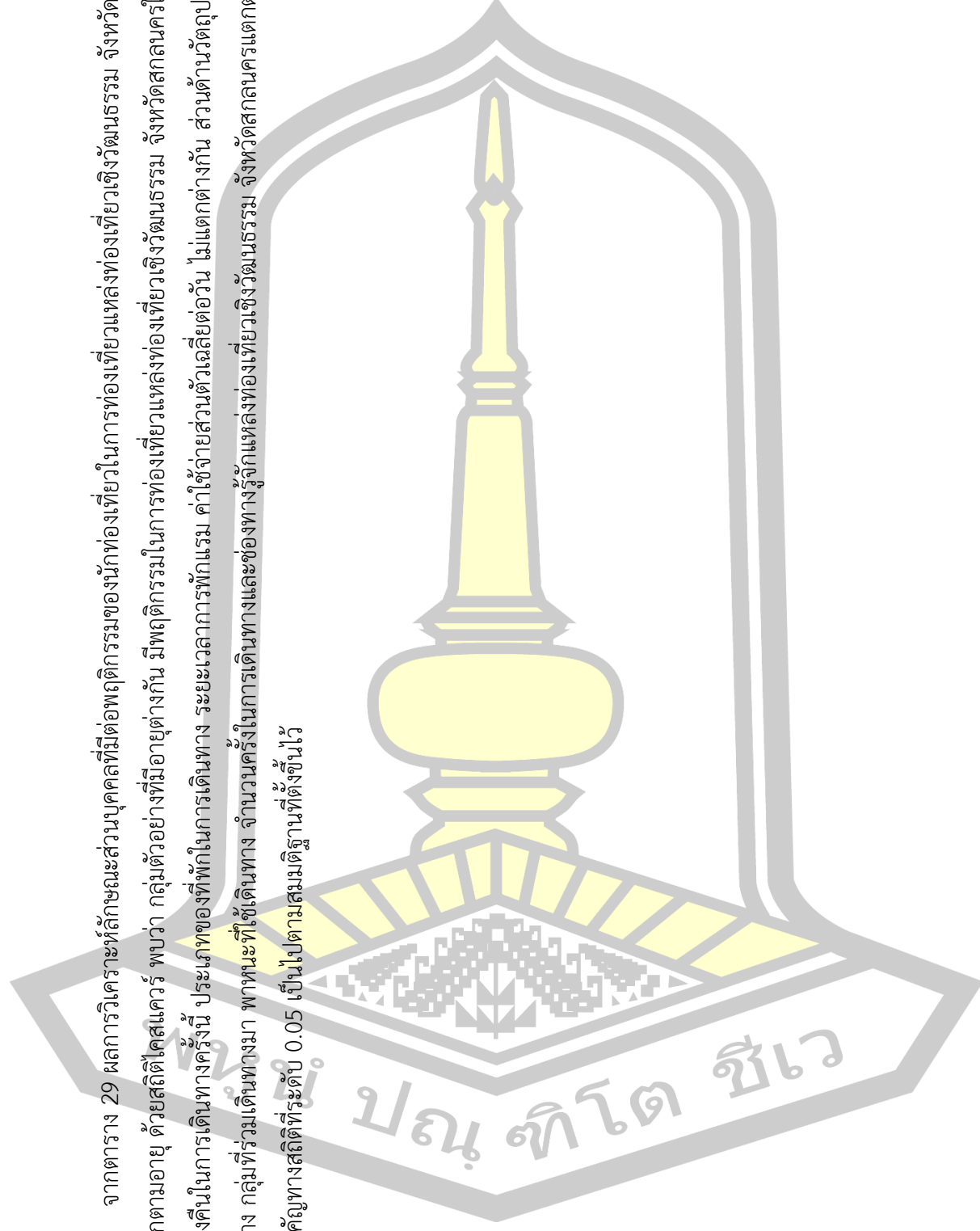
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 49 ปี	50 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
3 คืน	1 (16.67)	9 (16.07)	10 (25)	5 (26.32)	6 (30)	3 (33.33)	34 (22.67)
รวม	6	56	40	19	20	9	150
Pearson Chi-Square 11.606 Asymp. Sig. (2-sided) .709							
ค่าใช้จ่ายส่วนหัวเฉลี่ย ต่อวัน	17 (77.27)	131 (78.92)	52 (60.47)	35 (74.47)	39 (69.64)	18 (64.29)	292 (72.10)
1,001 - 2,000 บาท	3 (13.64)	27 (16.27)	22 (25.58)	9 (19.15)	12 (21.43)	5 (17.86)	78 (19.26)
2,001 - 3,000 บาท	2 (9.09)	6 (3.61)	6 (6.98)	1 (2.13)	2 (3.57)	3 (10.71)	20 (4.94)
มากกว่า 3,001 บาท	-	2 (1.20)	6 (6.98)	2 (4.26)	3 (5.36)	2 (7.14)	15 (3.70)
รวม	22	166	86	47	56	28	405
Pearson Chi-Square 18.554 Asymp. Sig. (2-sided) .235							

ตาราง 29 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 49 ปี	50 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
อินเทอร์เน็ต	16 (72.73)	116 (69.88)	69 (80.23)	34 (72.34)	31 (55.36)	18 (64.29)	284 (70.12)
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	-	7 (4.22)	1 (1.16)	1 (2.13)	2 (3.57)	1 (3.57)	12 (2.96)
สมาคมท่องเที่ยว	-	1 (0.60)	1 (1.16)	1 (2.13)	1 (1.79)	1 (3.57)	5 (1.23)
บริษัททัวร์	-	-	-	-	-	1 (3.57)	1 (0.25)
เอกสารแผนที่/โบรชัวร์	-	-	-	-	1 (1.79)	-	1 (0.25)
อื่นๆ	6 (27.27)	34 (20.48)	6 (6.98)	5 (10.64)	10 (17.86)	4 (14.29)	65 (16.05)
รวม	22	166	86	47	56	28	405

Pearson Chi-Square 62.921 Asymp. Sig. (2-sided) .012*

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการชงน้กท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในรายด้านการพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ ประเภทของการเดินทาง ระยะเวลากการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทางมา พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนครั้งในการเดินทางและช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้



สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษา

	พฤติกรรมการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่ง	8 (14.55)	6 (12.77)	10 (12.50)	29 (13.49)	1 (12.50)	54 (13.33)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร	16 (29.09)	18 (38.30)	19 (23.75)	40 (18.60)	1 (12.50)	94 (23.21)
ท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ	7 (12.73)	9 (19.15)	32 (40)	56 (26.05)	1 (12.50)	105 (25.93)
ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม	21 (38.18)	12 (25.53)	19 (23.75)	83 (38.60)	5 (62.50)	140 (34.57)
ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ	3 (5.45)	2 (4.26)	-	83 (38.60)	-	12 (2.96)
รวม	55	47	80	215	8	405

Pearson Chi-Square 30.051 Asymp. Sig. (2-sided) .018*

ตาราง 30 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา					รวม
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
กลุ่มที่ร่วมเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว	มากคนเดียว	4 (7.27)	5 (10.64)	7 (8.75)	16 (7.44)	1 (12.50)	33 (8.15)
	มากกับเพื่อน	14 (25.45)	14 (29.79)	31 (38.75)	144 (53.02)	3 (37.50)	176 (43.46)
เชิงวัฒนธรรม สากลนคร	มากกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	36 (65.45)	28 (59.57)	42 (52.50)	77 (35.81)	4 (50)	187 (46.17)
	มากกับบริษัททัวร์	1 (1.82)	-	-	8 (3.72)	-	9 (2.22)
	รวม	55	47	80	215	8	405
Pearson Chi-Square-29.072 Asymp. Sig. (2-sided) .004*							
พาหนะที่ใช้เดินทางมา	รถยนต์ส่วนตัว	38 (69.09)	38 (80.85)	65 (81.25)	171 (79.53)	7 (87.50)	319 (78.77)
	ท่องเที่ยวแหล่ง	4 (7.27)	1 (2.13)	3 (3.75)	11 (5.12)	1 (12.50)	20 (4.94)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	รถโดยสารประจำทาง	4 (7.27)	3 (6.38)	6 (7.50)	14 (6.51)	-	27 (6.67)
	รถตู้/แท็กซี่						

ตาราง 30 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา					รวม
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	รถโดยสารเที่ยว	1 (1.82)	-	-	10 (4.65)	-	11 (2.72)
	เครื่องบิน	2 (3.64)	-	1 (1.25)	-	-	3 (0.74)
	อื่นๆ	6 (10.91)	5 (10.64)	5 (6.25)	9 (4.19)	-	25 (6.17)
	รวม	55	47	80	215	8	405
Pearson Chi-Square 24.710 Asymp. Sig. (2-sided) .213							
การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้	พักค้างคืน	17 (30.91)	22 (46.81)	34 (42.50)	75 (34.88)	2 (25)	150 (37.04)
	ไม่พักค้างคืน	38 (69.09)	25 (53.19)	46 (57.50)	140 (65.12)	6 (75)	255 (62.96)
	รวม	55	47	80	215	8	405
	Pearson Chi-Square 4.758 Asymp. Sig. (2-sided) .313						
ประเภทของที่พักในการเดินทางท่องเที่ยว	โรงแรม	1 (5.88)	2 (9.09)	4 (11.76)	11 (14.67)	-	18 (12)
	เดินทางมาท่องเที่ยว						

ตาราง 30 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา						รวม
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
แหล่งท่องเที่ยว	รีสอร์ท	-	-	1	-	-	1	
จังหวัด	จังหวัดนครราชสีมา	14	16	24	42	-	96	
	สกลนคร	82.35	(72.73)	(70.59)	(56)	-	(64)	
จังหวัด	ไฮสเควย์	2	4	5	21	2	34	
	วัดโรงเรียน	(11.76)	(18.18)	(14.71)	(28)	(100)	(22.67)	
		-	-	-	1	-	1	
					(1.33)		(0.67)	
	รวม	17	22	34	75	2	150	
Pearson Chi-Square 17.456 Asymp. Sig. (2-sided) .357								
ระยะเวลาการพักผ่อน	1 คืน	7	10	9	39	1	66	
	2 คืน	(41.18)	(45.45)	(26.47)	(52)	(50)	(44)	
	3 คืน	3	2	14	25	-	44	
		(17.65)	(9.09)	(41.18)	(33.33)	-	(29.33)	
		-	1	3	2	-	6	
			(4.55)	(8.82)	(2.67)		(4)	

ตาราง 30 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
มากกว่า 3 คืน	7 (41.18)	9 (40.91)	8 (23.53)	9 (12)	1 (50)		34 (22.67)
รวม	17	22	34	75	2		150
Pearson Chi-Square 23.331 Asymp. Sig. (2-sided) .025*							
ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน	50 (90.91)	38 (80.85)	50 (62.50)	150 (69.77)	4 (50)		292 (72.10)
น้อยกว่า 1,000 บาท	3	6	20	46	3		78
1,001 – 2,000 บาท	(5.45)	(12.77)	(25)	(21.40)	(37.50)		(19.26)
2,001 – 3,000 บาท	1	2	5	11	1		20
มากกว่า 3,001 บาท	(1.82)	(4.26)	(6.25)	(5.12)	(12.50)		(4.94)
	1	1	5	8	-		15
	(1.82)	(2.13)	(6.25)	(3.72)			(3.70)
รวม	55	47	80	215	8		405
Pearson Chi-Square 19.544 Asymp. Sig. (2-sided) .076							

ตาราง 30 (ต่อ)

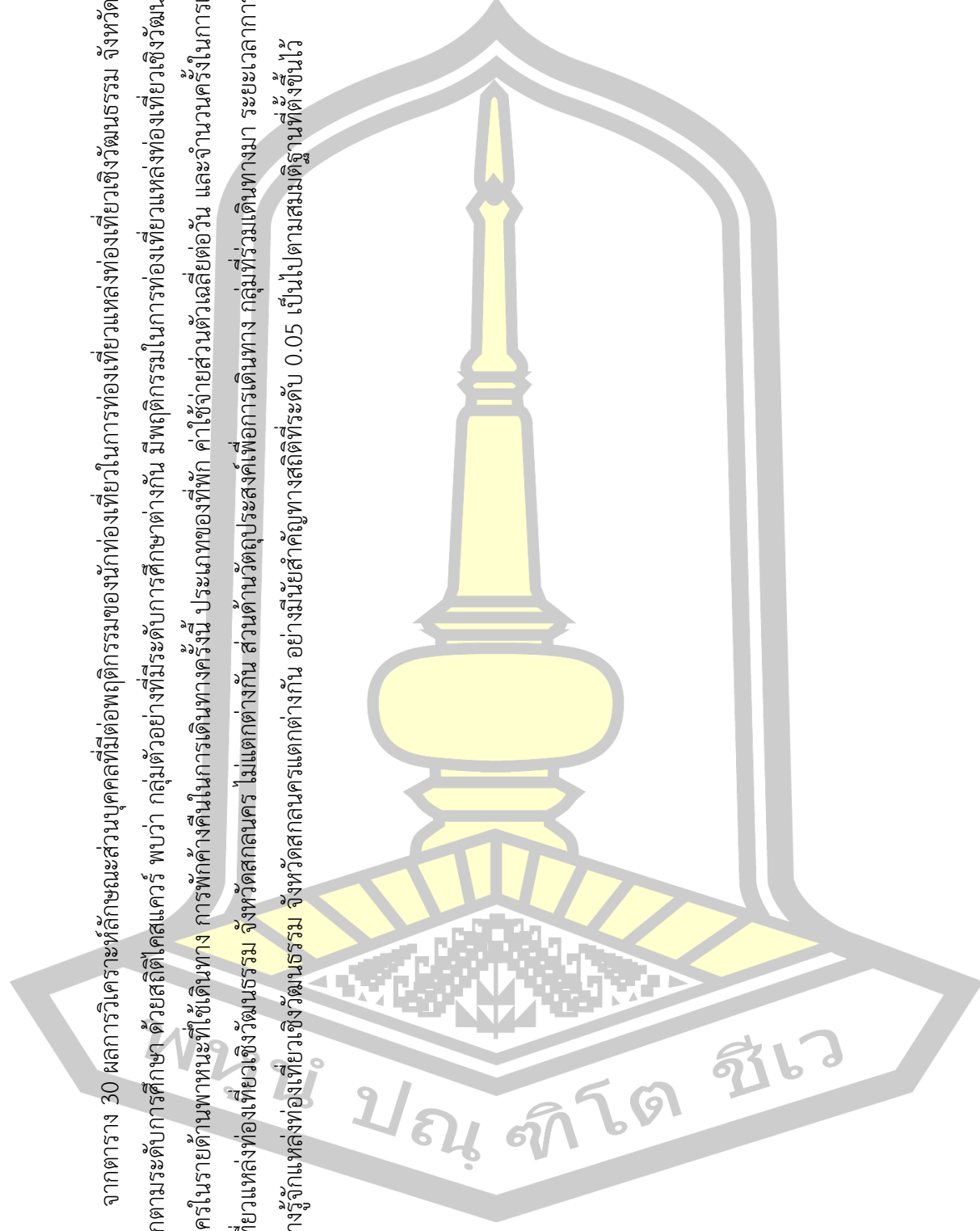
	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา					รวม
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ครั้งแรก	17 (30.91)	7 (14.89)	27 (33.75)	79 (36.74)	1 (12.50)	131 (32.35)
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	ครั้งที่ 2	5 (9.09)	4 (8.51)	9 (11.25)	27 (12.56)	2 (25)	47 (11.60)
	ครั้งที่ 3	4 (7.27)	9 (9.15)	6 (7.50)	19 (8.84)	1 (12.50)	39 (9.63)
	มากกว่า 3 ครั้ง	29 (52.73)	27 (57.45)	38 (47.50)	90 (41.86)	4 (50)	188 (46.42)
	รวม	55	47	80	215	8	405
Pearson Chi-Square 16.904 Asymp. Sig. (2-sided) .153							
ช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	หนังสือพิมพ์	1 (1.82)	-	1 (1.25)	1 (0.47)	-	3 (0.74)
จังหวัดสกลนคร	วิทยุ/โทรทัศน์	13 (23.64)	2 (4.26)	11 (13.75)	3 (1.40)	-	29 (7.16)
	วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	-	-	1 (1.25)	3 (1.40)	1 (12.50)	5 (1.23)

ตาราง 30 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
อินเทอร์เน็ต	27 (49.09)	35 (74.47)	55 (68.75)	163 (75.81)	4 (50)	284 (70.12)
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	1 (1.82)	-	6 (7.50)	5 (2.33)	-	12 (2.96)
สมาคมท่องเที่ยว	1 (1.82)	-	1 (1.25)	3 (1.40)	-	5 (1.23)
บริษัททัวร์	-	-	-	1 (0.47)	-	1 (0.25)
เอกสารแผนผัง/ใบรณรงค์	-	-	-	1 (0.47)	-	1 (0.25)
อื่นๆ	12 (21.82)	10 (21.28)	5 (6.25)	35 (16.28)	3 (37.50)	65 (16.05)
รวม	55	47	80	215	8	405

Pearson Chi-Square 72.576 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการร่อนของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการร่อนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านพาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ กระจายส่วนต่อเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทางมา ระยะเวลากาการพักแรมและช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้



สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ	
วัตถุประสงค์เพื่อการ เดินทางแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร	12 (12.90)	3 (6.52)	16 (12.50)	9 (9.78)	2 (28.57)	12 (30.77)	54 (13.33)
	13 (13.98)	8 (17.39)	36 (28.13)	25 (27.17)	1 (14.29)	11 (28.21)	94 (23.21)
	32 (34.41)	14 (30.439)	35 (27.34)	18 (19.57)	1 (14.29)	5 (12.82)	105 (25.93)
	35 (37.63)	20 (43.48)	39 (30.47)	35 (38.04)	1 (14.29)	10 (25.64)	140 (34.57)
	1 (1.08)	1 (2.17)	2 (1.56)	5 (5.43)	2 (28.57)	1 (2.56)	12 (2.96)
รวม	93	46	128	92	7	39	405

Pearson Chi-Square 50.247 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

ตาราง 31 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ							รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ		
กลุ่มที่รวมเดินทางมา แหล่งท่องเที่ยว	มาคนเดียว	5 (5.38)	2 (4.35)	14 (10.94)	10 (10.87)	1 (14.29)	1 (2.56)	33 (8.15)	
เชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	มากับเพื่อน	61 (65.59)	28 (60.87)	50 (39.06)	21 (22.83)	1 (14.29)	15 (38.46)	176 (43.46)	
	มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	27 (29.03)	16 (34.78)	62 (48.44)	61 (66.30)	4 (57.14)	17 (43.59)	187 (46.17)	
	มากับบริษัททัวร์	-	-	2 (1.56)	-	1 (14.29)	6 (15.38)	9 (2.22)	
	รวม	93	46	128	92	7	39	405	
Pearson Chi-Square 86.475 Asymp. Sig. (2-sided) .000*									
พาหนะที่ใช้เดินทางมา	รถยนต์ส่วนตัว	75	38	103	77	3	23	319	
ท่องเที่ยวแหล่ง		80.65	82.61	80.47	83.70	42.86	58.97	78.77	
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	รถโดยสารประจำทาง	5	2	9	2	-	2	20	
จังหวัดสกลนคร		5.38	4.35	7.03	2.17		5.13	4.94	
	รถตู้/แท็กซี่	1	5	7	9	3	2	27	
		1.08	10.87	5.47	9.78	42.86	5.13	6.67	

ตาราง 31 (ต่อ)

	นักศึกษา นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ						รวม
		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ		
พฤติกรรมของนักฟองเตียว								
รับใช้น่าเฟี้ยว	1 (1.08)	1 (2.17)	1 (0.78)	-	1 (14.29)	7 (17.95)	11 (2.72)	
เครื่องบิน	1 (1.08)	-	2 (1.56)	-	-	-	3 (0.74)	
อื่นๆ	10 (10.75)	-	6 (4.69)	4 (4.35)	-	5 (12.82)	25 (6.17)	
รวม	93	46	128	92	7	39	405	
Pearson Chi-Square 82.457 Asymp. Sig. (2-sided) .000*								
การพักค้างคืนในการ เดินทางครั้งนี้	26 (27.96)	18 (39.13)	55 (42.97)	37 (40.22)	2 (28.57)	12 (30.77)	150 (37.04)	
พักค้างคืน	67 (72.04)	28 (60.87)	73 (57.03)	55 (59.78)	5 (71.43)	27 (69.23)	255 (62.96)	
ไม่พักค้างคืน								
รวม	93	46	128	92	7	39	405	
Pearson Chi-Square 6.577 Asymp. Sig. (2-sided) .254								

ตาราง 31 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ							รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ		
ประเภทของที่พักในการ	โรงแรม	2 (7.69)	2 (11.11)	7 (12.73)	5 (13.51)	-	2 (16.67)	18 (12)	
เดินทางมาท่องเที่ยว	รีสอร์ท	-	-	-	1 (2.70)	-	-	1 (0.67)	
แหล่งท่องเที่ยว	บ้านญาติ/เพื่อน	22 (84.62)	8 (44.44)	36 (65.45)	25 (67.57)	-	5 (41.67)	96 (64)	
เชิงวัฒนธรรม จังหวัด	โฮมสเตย์	1 (3.85)	8 (44.44)	12 (21.82)	6 (16.22)	2 (100)	5 (41.67)	34 (22.67)	
สกลนคร	วัด/โรงเรียน	1 (3.85)	-	-	-	-	-	1 (0.67)	
	รวม	26	18	55	37	2	12	150	
Pearson Chi-Square 29.613 Asymp. Sig. (2-sided) .076									
ระยะเวลาการพักแรม	1 คืน	15 (57.69)	9 (50)	21 (38.18)	14 (37.84)	2 (100)	5 (41.67)	66 (44)	
	2 คืน	7 (26.92)	7 (38.89)	13 (23.64)	13 (35.14)	-	4 (33.33)	44 (29.33)	

ตาราง 31 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ							รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ		
	3 คน	-	-	4	2	-	-	6	
	มากกว่า 3 คน	4 (15.38)	2 (11.11)	17 (30.91)	8 (21.62)	-	3 (25)	34 (22.67)	
	รวม	26	18	55	37	2	12	150	
Pearson Chi-Square 13.527 Asymp. Sig. (2-sided) .562									
	น้อยกว่า 1,000 บาท	81 (87.10)	24 (52.17)	89 (69.53)	64 (69.57)	4 (57.14)	30 (76.92)	292 (72.10)	
	1,001 – 2,000 บาท	10 (10.75)	16 (34.78)	26 (20.31)	19 (20.65)	1 (14.29)	6 (15.38)	78 (19.26)	
	2,001 – 3,000 บาท	2 (2.15)	4 (8.70)	6 (4.69)	4 (4.35)	1 (14.29)	3 (7.69)	20 (4.94)	
	มากกว่า 3,001 บาท	-	2 (4.35)	7 (5.47)	5 (5.43)	1 (14.29)	-	15 (3.70)	
	รวม	93	46	128	92	7	39	405	
Pearson Chi-Square 29.362 Asymp. Sig. (2-sided) .014*									

ตาราง 31 (ต่อ)

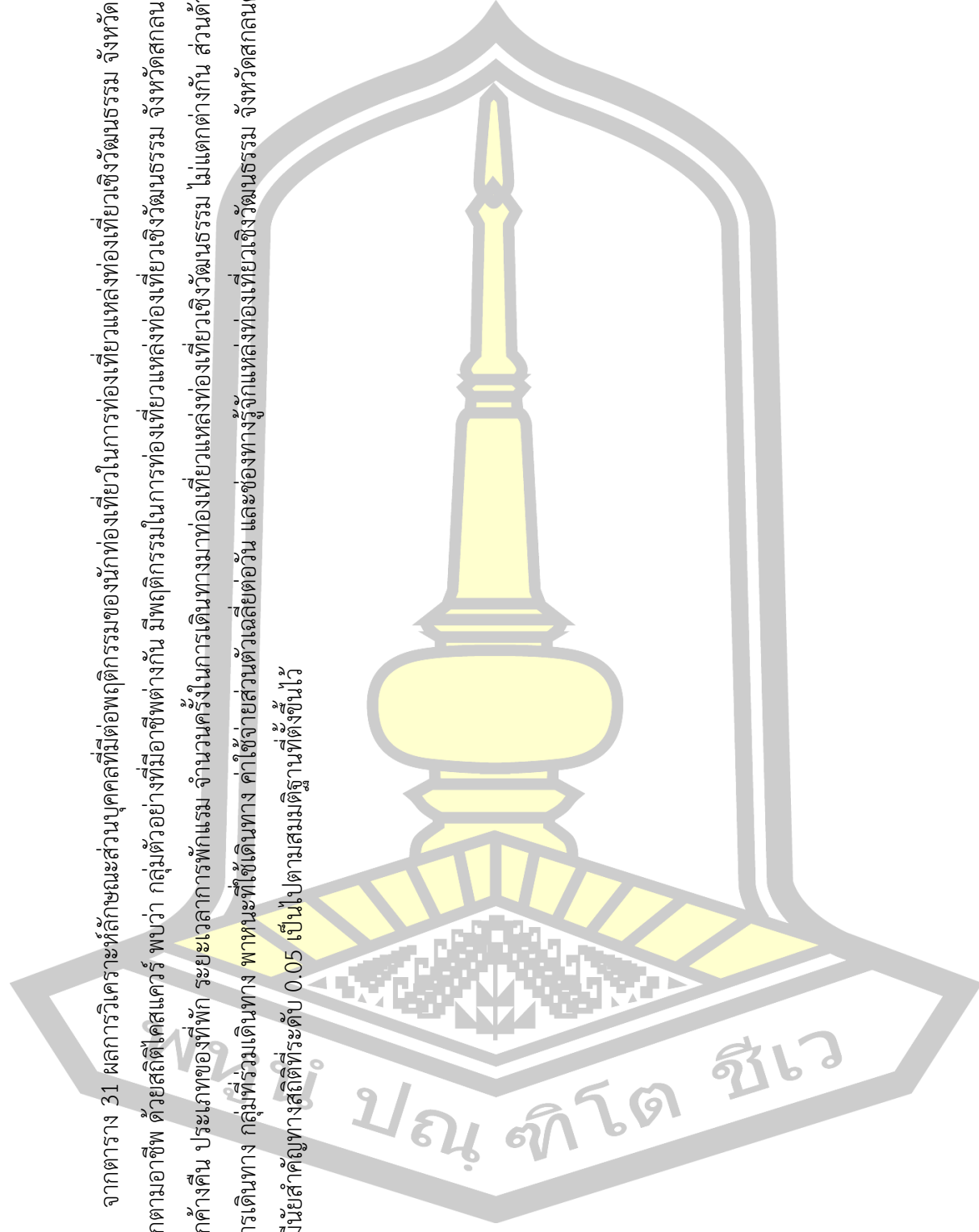
	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ						รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ	
จำนวนครั้งในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ครั้งแรก	36 (38.71)	14 (30.43)	38 (29.69)	25 (21.17)	2 (28.57)	16 (41.03)	131 (32.35)
แหล่งท่องเที่ยว	ครั้งที่ 2	13 (13.98)	6 (13.04)	12 (9.38)	9 (9.78)	1 (14.29)	6 (15.38)	47 (11.60)
เชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	ครั้งที่ 3	8 (8.60)	5 (10.87)	11 (8.59)	12 (13.04)	1 (14.29)	2 (5.13)	39 (9.63)
	มากกว่า 3 ครั้ง	36 (38.71)	21 (45.65)	67 (52.34)	46 (50)	3 (42.86)	15 (38.46)	188 (46.42)
	รวม	93	46	128	92	7	39	405
Pearson Chi-Square 10.444 Asymp. Sig. (2-sided) .791								
ช่องทางรู้จักแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	หนังสือพิมพ์	-	2 (4.35)	1 (0.78)	-	-	-	3 (0.74)
จังหวัดสกลนคร	วิทยุ/โทรทัศน์ วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	1 (1.08)	4 (8.70)	7 (5.47)	11 (11.96)	-	6 (15.38)	29 (7.16)
		1 (1.08)	2 (4.35)	1 (0.78)	-	1 (2.56)	1 (2.56)	5 (1.23)

ตาราง 31 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ							รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ		
อินเทอร์เน็ต	70 (75.27)	34 (73.91)	97 (75.78)	60 (65.22)	3 (42.86)	20 (51.28)	284 (70.12)	
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	2 (2.15)	1 (2.17)	4 (3.13)	4 (4.35)	-	1	12 (2.96)	
สมาคมท่องเที่ยว	-	-	3	1	1	-	5	
บริษัททัวร์	-	-	(2.34)	(1.09)	(14.29)	-	(1.23)	
เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์	-	1 (2.17)	-	-	(14.29)	-	1 (0.25)	
อื่นๆ	19 (20.43)	2 (4.35)	15 (11.72)	16 (17.39)	2 (28.57)	11 (28.21)	65 (16.05)	
รวม	93	46	128	92	7	39	405	

Pearson Chi-Square 121.950 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการชอชงน้กทอชงเทียวเิงว้ฒนธรรม จ้งหว้ตสกลนคร จำแนกตามอาชีพ ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการชอชงเทียวเิงว้ฒนธรรม จ้งหว้ตสกลนครในรายด้าน การพ้กค้างค้ิน ประเภทของพ้ก ระยะเวลาของการพ้กแรรม จ้ำนวนคร้ังในการเดินทงมาทอชงเทียวเิงว้ฒนธรรม ไม่แตกต้งกัน ส่วนด้านว้ตฤประสงค้ เพื่อการเดินทง กลุ่มที่ร่วมเดินทง พาทหะที่เช้เดินทง ค้่าใช้จ้ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อยวัน และชอชงทงรู้จ้กแหล่งทอชงเทียวเิงว้ฒนธรรม จ้งหว้ตสกลนครแตกต้งกัน อย่างมีน้ัยล้าค้ัญทางสถิติที่ระต้บ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งช้ขึ้นไว้



สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกรายรายได้

	พหุติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป			
วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่ง	ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสงบุญ	27 (24.11)	9 (9)	7 (9.59)	3 (5)	4 (14.29)	4 (12.50)			54 (13.33)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน	19 (16.96)	33 (33)	14 (19.18)	15 (25)	4 (14.29)	9 (28.13)			94 (23.21)
จังหวัดสกลนคร	ท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ	31 (27.68)	14 (14)	22 (30.14)	21 (35)	9 (32.14)	8 (25)			105 (25.93)
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม	34 (30.36)	42 (42)	27 (36.99)	18 (30)	9 (32.14)	10 (31.25)			140 (34.57)
	ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ	1 (0.89)	2 (2)	3 (4.11)	3 (5)	2 (7.14)	1 (3.13)			12 (2.96)
	รวม	112	100	73	60	28	32			405

Pearson Chi-Square 38.997 Asymp. Sig. (2-sided) .007*

ตาราง 32 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป			
กลุ่มที่รวมเดินทางมา	มาคนเดียว	8	8	4	6	2	5		33	
แหล่งท่องเที่ยว		(7.14)	(8)	(5.48)	(10)	(7.14)	(15.63)		(8.15)	
จังหวัด	มากับเพื่อน	62	378	31	27	7	11		176	
สกลนคร		(55.36)	(38)	(42.47)	(45)	(25)	(34.38)		(43.46)	
	มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	37	54	38	27	15	16		187	
		(33.04)	(54)	(52.05)	(45)	(53.57)	50		(46.17)	
	มากับบริษัททัวร์	5	-	-	-	4	-		9	
		(4.46)				(14.29)			(2.22)	
	รวม	112	100	73	60	28	32		405	
Pearson Chi-Square 43.720 Asymp. Sig. (2-sided) .007*										
พาหนะที่ใช้เดินทางมา	รถยนต์ส่วนตัว	77	81	61	51	19	30		319	
		(68.75)	(81)	(83.56)	(85)	(67.86)	(93.75)		(78.77)	
ท่องเที่ยวแหล่ง	รถโดยสารประจำทาง	6	8	3	3	-	-		20	
		(5.36)	(8)	(4.11)	(5)				(4.94)	
จังหวัดสกลนคร	รถตู้/แท็กซี่	3	6	4	6	6	2		27	
		(2.68)	(6)	(5.48)	(10)	(21.43)	(6.25)		(6.67)	

ตาราง 32 (ต่อ)

	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป				
	รถนำเที่ยว	8 (7.14)	1	-	-	2	-	-	2	-	11 (2.72)
	เครื่องบิน	1 (0.89)	-	2 (2.74)	-	-	-	-	-	-	3 (0.74)
	อื่นๆ	17 (15.18)	4 (4)	3 (4.11)	-	1 (3.57)	-	-	1	-	25 (6.17)
	รวม	112	100	73	60	28	32				405
Pearson Chi-Square 64.630 Asymp. Sig. (2-sided) .000*											
	การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้	22 (19.64)	38 (38)	30 (41.10)	29 (48.33)	15 (53.57)	16 (50)	150 (37.04)			
	ไม่พักค้างคืน	90 (80.36)	62 (62)	43 (58.90)	31 (51.67)	13 (46.43)	16 (50)	255 (62.96)			
	รวม	112	100	73	60	28	32	405			
Pearson Chi-Square 64.630 Asymp. Sig. (2-sided) .000*											

ตาราง 32 (ต่อ)

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป			
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว									
ประเภทของที่พักในการ									
เดินทางมาท่องเที่ยว	-	2	5	5	4	2		18	
แหล่งท่องเที่ยว		(5.26)	(16.67)	(17.24)	(26.67)	(12.50)		(12)	
เชิงวัฒนธรรม จังหวัด	-	-	-	-	-	1		1	
สกลนคร	19	28	20	16	4	9		(0.67)	
บ้านญาติ/เพื่อน	(86.36)	(73.68)	(66.67)	(55.17)	(26.67)	(56.25)		(64)	
โฮมสเตย์	3	7	5	8	7	4		34	
วัด/โรงเรียน	(13.64)	(18.42)	(16.67)	(27.59)	(46.67)	(25)		(22.67)	
	-	1	-	-	-	-		1	
		(2.63)						(0.67)	
รวม	22	38	30	29	15	16		150	
Pearson Chi-Square 31.109 Asymp. Sig. (2-sided) .054									
ระยะเวลาการพักแรม									
1 คืน	11	17	17	11	8	2		66	
2 คืน	(50)	(44.74)	(56.67)	(37.93)	(53.33)	(12.50)		(44)	
	5	9	6	9	5	10		44	
	(22.73)	(23.68)	(20)	(31.03)	(33.33)	(62.50)		(29.33)	

ตาราง 32 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป			
3 คืน	-	1 (2.63)	2 (6.67)	2 (6.90)	1 (6.67)	-			6 (40)
มากกว่า 3 คืน	6 (27.27)	11 (28.95)	5 (16.67)	7 (24.14)	1 (6.67)	4 (25)			34 (22.67)
รวม	22	38	30	29	15	16			150
Pearson Chi-Square 19.379 Asymp. Sig. (2-sided) .197									
ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน									
น้อยกว่า 1,000 บาท	103 (91.96)	80 (80)	51 (69.86)	35 (58.33)	10 (35.71)	13 (40.63)			292 (72.10)
1,001 – 2,000 บาท	8 (7.14)	14 (14)	15 (20.55)	22 (36.67)	9 (32.14)	10 (31.25)			78 (19.26)
2,001 – 3,000 บาท	1 (0.89)	3 (3)	7 (9.59)	-	5 (17.86)	4 (12.50)			20 (4.94)
มากกว่า 3,001 บาท	-	3 (3)	-	3 (5)	4 (14.29)	5 (15.63)			15 (3.70)
รวม	112	100	73	60	28	32			405
Pearson Chi-Square 94.244 Asymp. Sig. (2-sided) .000*									

ตาราง 32 (ต่อ)

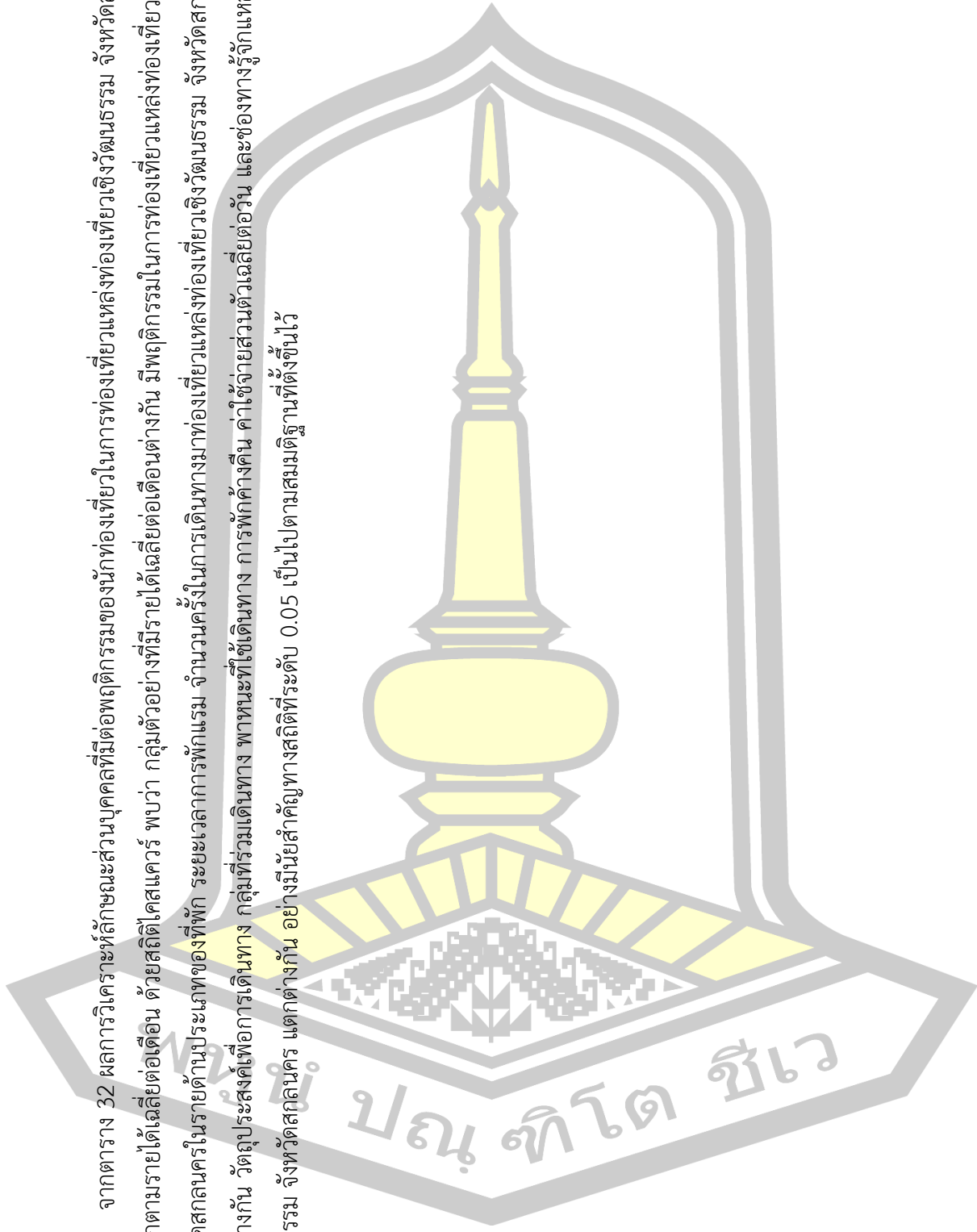
	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป		
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ครั้งแรก	39 (34.82)	30	25 (34.25)	22 (36.67)	7	8	131 (32.35)	
แหล่งท่องเที่ยว	ครั้งที่ 2	10 (8.93)	14 (14)	11 (15.07)	5 (8.33)	6	1	47 (11.60)	
เชิงวัฒนธรรม	จังหวัด								
	ครั้งที่ 3	11 (9.82)	11 (11)	7 (9.59)	3 (5)	4	3	39 (9.63)	
	มากกว่า 3 ครั้ง	52 (46.43)	45 (45)	30 (41.10)	30 (50)	11 (39.29)	20 (62.50)	188 (46.42)	
	รวม	112	100	73	60	28	32	405	
Pearson Chi-Square 13.528 Asymp. Sig. (2-sided) .562									
ช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	หนังสือพิมพ์	-	1 (1)	2 (2.74)	-	-	-	3 (0.74)	
จังหวัดสกลนคร	วิทยุ/โทรทัศน์	5 (4.46)	18 (18)	4 (5.48)	-	-	2 (6.25)	29 (7.16)	
	วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	-	2 (2)	1 (1.37)	1 (1.67)	-	1 (3.13)	5 (1.23)	

ตาราง 32 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป			
อินเทอร์เน็ต	83 (74.11)	53 (53)	50 (68.49)	52 (86.67)	21 (75)	25 (78.13)			254 (70.12)
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	1 (0.89)	2 (2)	5 (6.85)	2 (3.33)	1 (3.57)	1 (3.13)			12 (2.96)
สมาคมท่องเที่ยว	-	3 (3)	-	-	1 (3.57)	1 (3.13)			5 (1.23)
บริษัททัวร์	-	-	-	-	1 (3.57)	-			1 (0.25)
เอ็กสการแผนพี/ไบรชัวร์	-	-	-	-	1 (3.57)	-			1 (0.25)
อื่นๆ	23 (20.54)	21 (21)	11 (15.07)	5 (8.33)	3 (10.71)	2 (6.25)			65 (16.05)
รวม	112	100	73	60	28	32			405

Pearson Chi-Square 88.316 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านประเภทของที่พัก ระยะเวลากการพักแรม จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และช่องทางรับรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้



สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา

	ภูมิลำเนา											รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด ในเขตภาคอีสาน	จังหวัด ในเขตภาคเหนือ	จังหวัด ในเขตภาคกลาง	จังหวัด ในเขตภาคใต้	รวม	
วัตถุประสงค์เพื่อ	25	13	1	2	2	-	3	-	8	-	54	
การเดินทางมา	(12.56)	(17.57)	(7.14)	(33.33)	(66.67)		(5.56)		(17.78)		(13.33)	
แหล่งท่องเที่ยว	43	16	-	-	-	-	17	1	15	2	94	
เชิงวัฒนธรรม	(21.61)	(21.62)					(31.48)	(25)	(33.33)	(66.67)	(23.21)	
จังหวัดสกลนคร	49	18	6	1	1	2	15	3	10	-	105	
	(24.62)	(24.32)	(42.86)	(16.67)	(33.33)	(66.67)	(27.78)	(75)	(22.22)		(25.93)	
ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/ วัฒนธรรม	80	26	6	3	-	1	19	-	4	1	140	
	(40.20)	(35.14)	(42.86)	(50)		(33.33)	(35.19)		(8.89)	(33.33)	(34.57)	
ท่องเที่ยวเพื่อมารักวิชาสุขภาพ	2	1	1	-	-	-	-	-	8	-	12	
	(1.01)	(1.35)	(7.14)						(17.78)		(2.96)	
รวม	199	74	14	6	3	3	54	4	45	3	405	

Pearson Chi-Square 88.316 Asymp. Sig. (2-sided) .000*

ตาราง 33 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ภูมิภาคต่าง ๆ											รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขตภาค เหนือ	จังหวัด เขตภาค กลาง	จังหวัด เขตภาค ใต้	รวม	
รถโดยสารเที่ยว	2 (1.01)	2 (2.70)	-	-	-	-	2 (3.70)	-	5 (11.11)	-	11 (2.720)	
เครื่องบิน	-	-	-	-	-	-	1 (1.85)	-	2 (4.44)	-	3 (0.74)	
อื่นๆ	23 (11.56)	1 (1.35)	1 (7.14)	-	-	-	-	-	-	-	25 (6.17)	
รวม	199	74	14	6	3	3	54	4	45	3	405	
Pearson Chi-Square 196.232 Asymp. Sig. (2-sided) .000*												
การพักค้างคืนใน	40 (20.10)	24 (32.43)	4 (28.57)	3 (50)	-	-	38 (70.37)	3 (75)	36 (80)	2 (66.67)	150 (37.04)	
การเดินทางครั้งนี้	159 (79.90)	50 (67.57)	10 (71.43)	3 (50)	3 (100)	3 (100)	16 (29.63)	1 (25)	9 (20)	1 (33.33)	255 (62.96)	
รวม	199	74	14	6	3	3	54	4	45	3	405	
Pearson Chi-Square 94.493 Asymp. Sig. (2-sided) .000*												

ตาราง 33 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ภูมิภาคต่าง ๆ												รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขตภาค เหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขตภาค ใต้	จังหวัด เขต ภาคใต้	รวม	
ประเภทของที่พัก	2	4	1	-	-	-	7	1	3	-	-	18	
ในการเดินทางมา	(5)	(16.67)	(25)	-	-	-	(18.42)	(33.33)	(8.33)	-	-	(12)	
ท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยว	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	
เชิงวัฒนธรรม	32	17	2	-	-	22	(2.63)	2	19	2	2	96	
จังหวัดสกลนคร	(80)	(70.83)	(50)	-	-	(57.86)	(66.67)	(100)	(52.78)	(100)	-	(64)	
โฮมสเตย์	6	3	1	3	-	7	7	-	14	-	-	34	
วัด/โรงเรียน	(15)	(12.50)	(25)	(100)	-	(18.42)	(2.63)	-	(38.89)	-	-	(22.67)	
รวม	40	24	4	3	-	-	38	3	36	2	-	150	
Pearson Chi-Square 32.801 Asymp. Sig. (2-sided) .243													
ระยะเวลาการพัก	18	11	2	3	-	-	15	-	17	-	-	66	
แรม	(45)	(45.83)	(50)	(100)	-	-	(39.47)	-	(47.22)	-	-	(44)	
2 คืน	11	5	2	-	-	-	15	2	7	2	2	44	
	(27.50)	(20.83)	(50)	-	-	-	(39.47)	(66.67)	(19.44)	(100)	-	(29.33)	

ตาราง 33 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ภูมิภาคต่าง ๆ												รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขตภาค เหนือ	จังหวัด เขตภาค กลาง	จังหวัด เขตภาค ใต้	รวม		
3 คืน	1 (2.50)	2 (8.33)	-	-	-	-	-	3 (8.33)	-	-	6 (4)		
มากกว่า 3 คืน	10 (25)	6 (25)	-	-	-	8 (21.05)	1 (33.33)	9 (25)	-	-	34 (22.67)		
รวม	40	24	4	3	-	38	3	36	2	2	150		
Pearson Chi-Square 21.638 Asymp. Sig. (2-sided) .421													
ค่าใช้จ่ายส่วนตัว น้อยกว่า 1,000 บาท	166 (83.42)	57 (77.03)	8 (57.14)	3 (50)	2 (66.67)	2 (66.67)	27 (50)	3 (75)	22 (48.89)	2 (66.67)	292 (72.10)		
เฉลี่ยต่อวัน 1,001 – 2,000 บาท	23 (11.56)	13 (17.57)	5 (35.71)	1 (16.67)	-	-	18 (33.33)	17 (37.78)	1 (4.44)	1 (33.33)	78 (19.26)		
2,001 – 3,000 บาท	7 (3.52)	2 (2.70)	1 (7.14)	2 (33.33)	1 (33.33)	1 (33.33)	4 (7.41)	2 (4.44)	-	-	20 (4.94)		
มากกว่า 3,001 บาท	3 (1.51)	2 (2.70)	-	-	-	-	5 (9.26)	4 (8.89)	-	-	15 (3.70)		
รวม	199	74	14	6	3	3	54	45	3	3	405		
Pearson Chi-Square 74.574 Asymp. Sig. (2-sided) .000*													

ตาราง 33 (ต่อ)

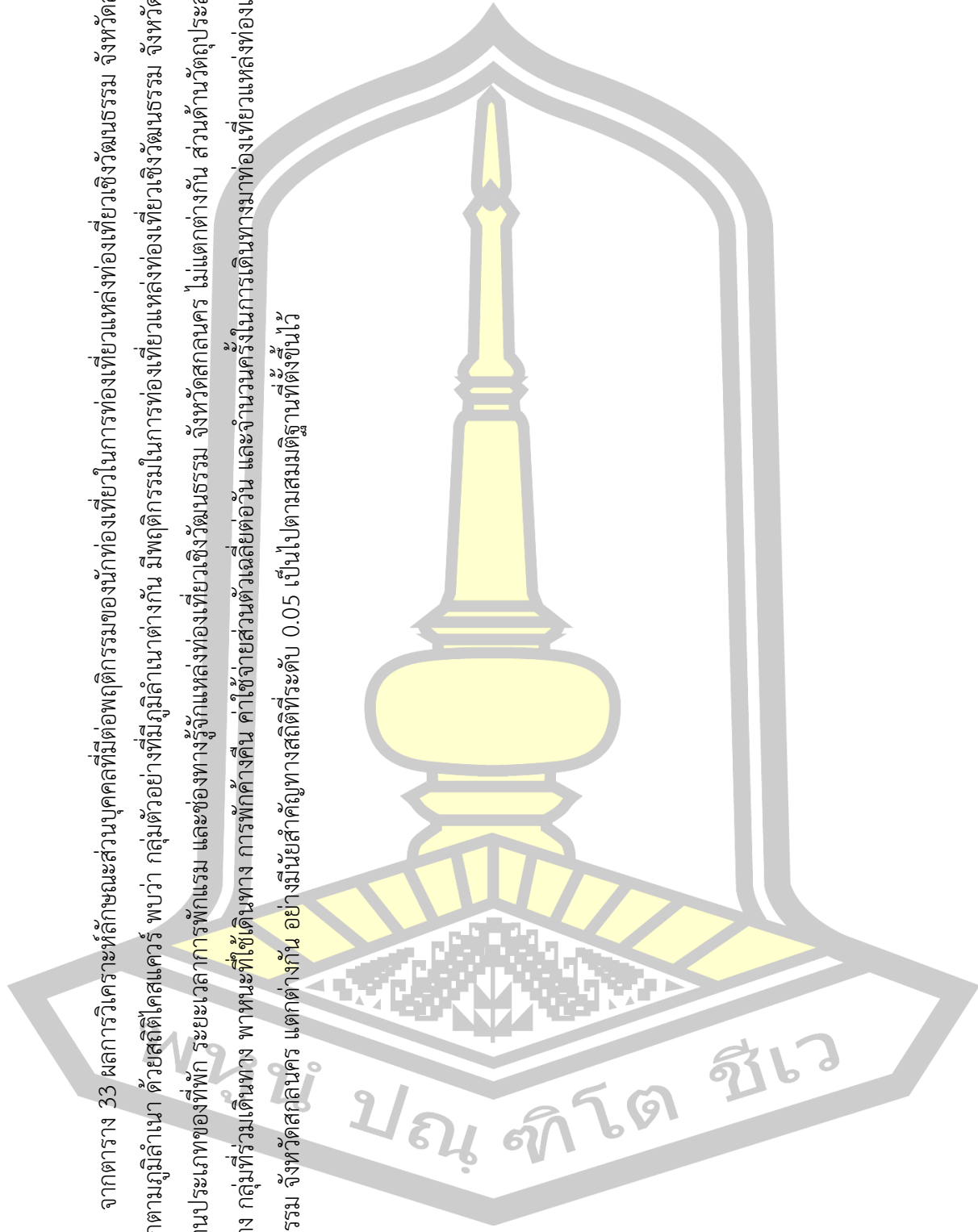
	ภูมิภาคต่าง ๆ													รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขตภาค เหนือ	จังหวัด เขตภาค กลาง	จังหวัด เขตภาค ใต้				
จำนวนครั้งในการ เดินทางมา	59 (29.65)	17 (22.97)	5 (35.71)	3 (50)	-	1 (33.33)	21 (38.89)	1 (25)	24 (53.33)	-			131 (32.35)	
ท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง	23 (11.56)	7 (9.46)	5 (35.71)	-	-	-	7 (12.96)	-	4 (8.89)	1 (33.33)			47 (11.60)	
วัฒนธรรม จังหวัด สกลนคร	23 (11.56)	7 (9.46)	1 (7.14)	-	1 (33.33)	-	2 (3.70)	1 (25)	2 (4.44)	2 (66.67)			39 (9.63)	
	94 (47.24)	43 (58.11)	3 (21.43)	3 (50)	2 (66.67)	2 (66.67)	24 (44.44)	2 (50)	15 (33.33)	-			188 (46.42)	
รวม	199	74	14	6	3	3	54	4	45	3			405	
Pearson Chi-Square 48.256 Asymp. Sig. (2-sided) .007*														
ช่องทางรู้จักแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม	3 (1.51)	-	-	-	-	-	-	-	-	-			3 (0.74)	
จังหวัดสกลนคร	22 (11.06)	6 (8.11)	-	-	1 (33.33)	-	-	-	-	-			29 (7.16)	
วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	3 (1.51)	-	-	-	-	-	2 (3.70)	-	-	-			5 (1.23)	

ตาราง 33 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ภูมิภาคต่าง ๆ											รวม
	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขตภาค เหนือ	จังหวัด เขตภาค กลาง	จังหวัด เขตภาค ใต้	รวม	
อินเทอร์เน็ต	119 (59.80)	59 (79.73)	12 (85.71)	5 (83.33)	2 (66.67)	3 (100)	44 (81.48)	3 (75)	36 (80)	1 (33.33)	284 (70.12)	
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	9 (4.52)	-	-	-	-	-	3 (5.56)	-	-	-	12 (2.96)	
สมาคมท่องเที่ยว	2 (1.01)	-	-	1 (16.67)	-	-	1 (1.85)	-	1 (2.22)	-	5 (1.23)	
บริษัททัวร์	-	1 (1.35)	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (0.25)	
เอกสารแผนปฏิบัติการ	1 (0.50)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (0.25)	
อื่นๆ	40 (20.10)	8 (10.81)	2 (14.29)	-	-	-	4 (7.41)	1 (25)	8 (17.78)	2 (66.67)	65 (16.05)	
รวม	199	74	14	6	3	3	54	4	45	3	405	

Pearson Chi-Square 48.256 / Asymp. Sig. (2-sided) .526

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิถิ่นกำเนิดต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน และช่องทางรับรู้จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้



ตารางที่ 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดลพบุรีที่แตกต่างกัน

พฤติกรรม	ลักษณะส่วนบุคคล							สถิติค่า
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ภูมิภาค		
วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง	.465	.000**	.018**	.000**	.007**	.000**	.000**	
กลุ่มที่ร่วมเดินทาง	0.50**	.000**	.004**	.000**	.000**	.000**	.000**	
พาหนะที่ใช้เดินทาง	.815	.000**	.213	.000**	.000**	.000**	.000**	
การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้	.461	.353	.313	.254	.000**	.000**	.000**	
ประเภทของที่พัก	.562	.076	.357	.076	.054	.243	.243	
ระยะเวลาการพักแรม	.556	.709	.025**	.562	.197	.421	.421	
ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน	.598	.235	.076	.014**	.000**	.000**	.000**	
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	.537	.002**	.153	.791	.562	.007**	.007**	
ช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	.017**	.012**	.000**	.000**	.000**	.526	.526	

** Pearson Chi-Square Asymp. Sig. (2-sided) < .05

จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถยืนยันสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้
ตารางที่ 35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยืนยัน	ไม่ยืนยัน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน		
1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครไม่แตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ

ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย (n=147)		หญิง (n=258)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	0.61	4.37	0.59	2.201	0.331
2. ด้านราคา	4.37	0.58	4.23	0.63	0.301	0.325
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.18	0.68	4.28	0.67	1.355	0.934
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.00	0.72	4.06	0.66	0.803	0.201
5. ด้านบุคลากร	4.52	0.50	4.53	0.50	0.329	0.547
6. ด้านกระบวนการ	4.22	0.52	4.28	0.61	0.812	0.126
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.19	0.56	4.22	0.62	0.508	0.086
รวม	4.22	0.43	4.28	0.47	1.235	0.444

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ

ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี (n=22)		21 - 30 ปี (n=166)		31 - 40 ปี (n=86)		41 - 49 ปี (n=47)		50 - 60 ปี (n=56)		มากกว่า 60 ปี (n=28)		F	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.63	4.36	0.53	4.31	0.73	4.34	0.62	4.35	0.56	4.26	0.60	1.238	0.290
2. ด้านราคา	4.27	0.74	4.24	0.64	4.17	0.62	4.24	0.60	4.19	0.53	4.33	0.49	0.392	0.854
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.98	0.68	4.24	0.66	4.31	0.72	4.23	0.75	4.24	0.61	4.29	0.71	0.847	0.517
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.80	0.85	4.00	0.62	4.16	0.69	4.13	0.66	3.94	0.77	4.12	0.68	1.691	0.136
5. ด้านบุคลากร	4.39	0.55	4.58	0.51	4.53	0.43	4.49	0.51	4.41	0.59	4.61	0.39	1.527	0.180
6. ด้านกระบวนการ	4.03	0.61	4.24	0.57	4.33	0.61	4.24	0.58	4.22	0.58	4.46	0.42	1.635	0.150
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.06	0.57	4.24	0.61	4.18	0.64	4.18	0.48	4.11	0.60	4.39	0.53	1.228	0.295
รวม	4.08	0.52	4.27	0.41	4.28	0.45	4.26	0.45	4.21	0.46	4.35	0.39	1.121	0.349

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

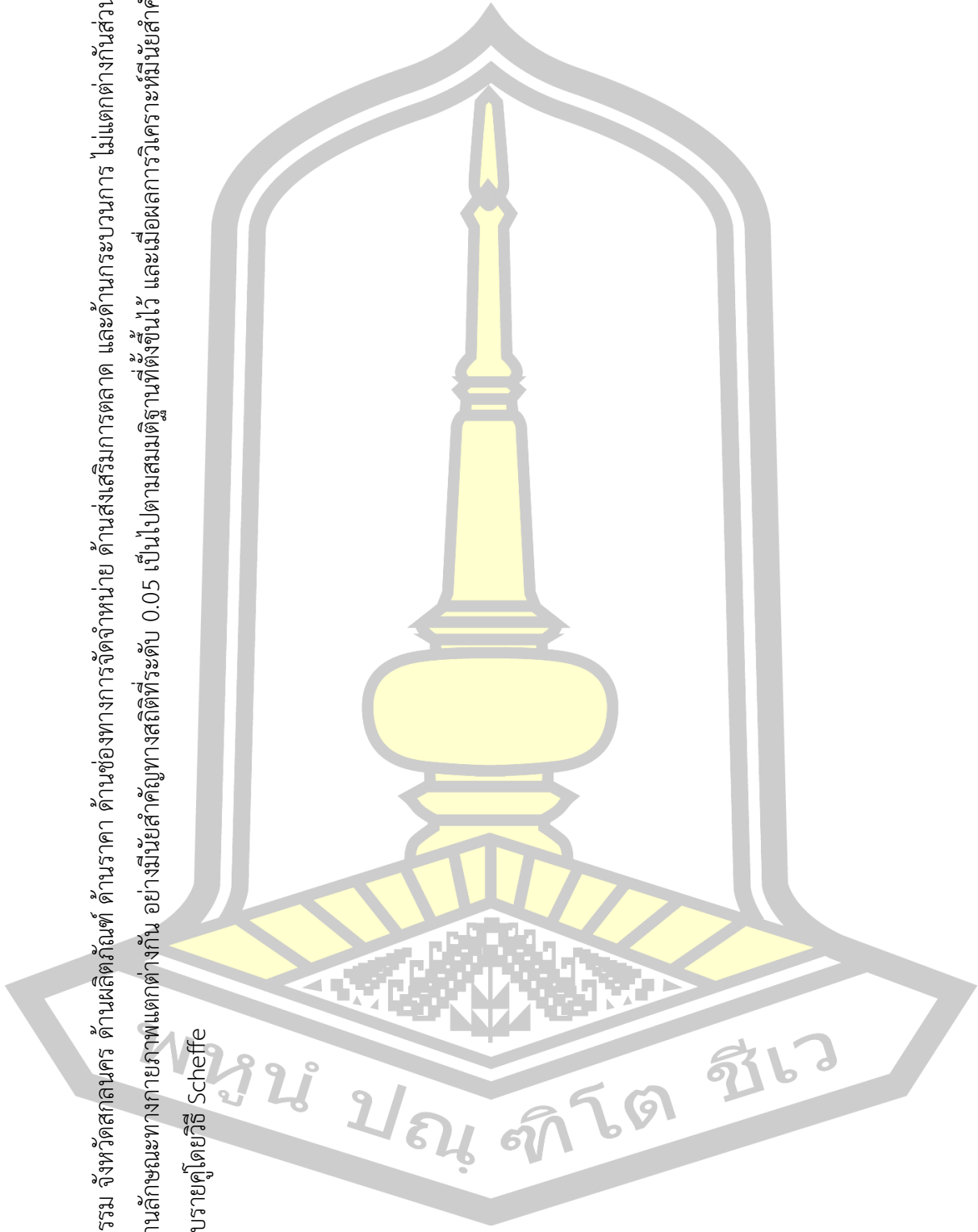
ตารางที่ 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษา

ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ประถมศึกษา (n=55)		มัธยมศึกษาตอนต้น (n=47)		มัธยมศึกษาตอนปลาย (n=80)		ปริญญาตรี (n=215)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=8)		F	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
	1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.63	4.26	0.54	4.32	0.66	4.38	0.58	4.29		
2. ด้านราคา	4.12	0.61	4.17	0.59	4.23	0.58	4.26	0.63	4.33	0.56	0.770	0.545
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.10	0.74	4.16	0.68	4.21	0.68	4.31	0.67	4.38	0.44	1.374	0.242
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.85	0.71	4.06	0.60	4.04	0.74	4.08	0.67	4.03	0.65	1.293	0.272
5. ด้านบุคลากร	4.30	0.58	4.41	0.49	4.43	0.48	4.64	0.46	4.73	0.35	7.635	0.000*
6. ด้านกระบวนการ	4.14	0.53	4.21	0.50	4.26	0.55	4.29	0.61	4.66	0.48	1.804	0.127
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.97	0.57	4.27	0.45	4.19	0.62	4.24	0.61	4.50	0.50	3.023	0.018*
รวม	4.09	0.49	4.22	0.37	4.24	0.44	4.31	0.46	4.42	0.39	3.165	0.014*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความต่อเนื่องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามการศึกษาในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ และเมื่อผลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe



ตารางที่ 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวม
จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	4.09	4.09	4.22	4.24	4.31	4.42
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.22	-0.132	-0.151	-0.093	-0.226*	-0.327
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.24		-0.018	-0.074	-0.175	-0.194
ปริญญาตรี	4.31					-0.101
สูงกว่าปริญญาตรี	4.42					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านบุคลากร จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านบุคลากร
 จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	ประณมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{x}	4.30				
ประณมศึกษา	4.30	4.41	-0.130	4.43	4.64	4.73
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.41		-0.023		-0.338*	-0.423
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.43				-0.231	-0.316
ปริญญาตรี	4.64				-0.207*	-0.292
สูงกว่าปริญญาตรี	4.73					-0.085

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
 ด้านบุคลากร จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง
 วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
 แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	3.97	3.97	4.27	4.19	4.24	4.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.27	-0.298	-0.298	-0.213	-0.270	-0.525
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.19			0.084	0.027	-0.228
ปริญญาตรี	4.24				-0.057	-0.313
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50					-0.255

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านบุคลากร จำแนกตามการศึกษา พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน / นักศึกษา (n=93)		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (n=46)		ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน (n=128)		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย (n=92)		เกษียณอายุ ราชการ (n=7)		อื่นๆ (n=39)		F	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.53	4.32	0.70	4.37	0.53	4.30	0.66	4.62	0.30	4.20	0.73	0.924	0.465
2. ด้านราคา	4.10	0.70	4.20	0.49	4.28	0.59	4.25	0.60	4.43	0.37	4.25	0.63	1.190	0.313
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17	0.65	4.34	0.65	4.27	0.63	4.26	0.81	4.36	0.24	4.21	0.69	0.502	0.775
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.90	0.67	4.06	0.70	4.10	0.64	4.10	0.73	4.29	0.25	3.96	0.73	1.422	0.215
5. ด้านบุคลากร	4.50	0.54	4.59	0.48	4.53	0.49	4.54	0.45	4.89	0.16	4.43	0.62	1.216	0.301
6. ด้านกระบวนการ	4.10	0.66	4.44	0.42	4.27	0.52	4.30	0.61	4.57	0.47	4.27	0.59	2.829	0.016*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.11	0.60	4.28	0.51	4.25	0.61	4.15	0.60	4.69	0.34	4.23	0.62	1.905	0.092
รวม	4.17	0.47	4.32	0.40	4.29	0.42	4.27	0.49	4.55	0.08	4.22	0.49	1.724	0.128

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอาชีพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันส่วนด้าน

ลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ และเมื่อผลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบ รายคู่โดยวิธี Scheffe

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	เกษียณอายุ ราชการ	อื่นๆ
\bar{x}	4.10	4.44	4.27	4.30	4.57	4.27
นักเรียน / นักศึกษา	4.10	-0.338	-0.163	-0.194	-0.469	-0.167
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.44	0.175	0.144	0.131	-0.131	0.171
ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน	4.27			-0.030	-0.305	0.004
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	4.30				-0.275	0.027
เกษียณอายุราชการ	4.57					0.302
อื่นๆ	4.27					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการจำแนกตามอาชีพ พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องกรที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้

ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	น้อยกว่า 5,000 บาท (n=112)		5,001 – 10,000 บาท (n=100)		10,001 – 15,000 บาท (n=73)		15,001 – 20,000 บาท (n=60)		20,001 – 25,000 บาท (n=28)		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป (n=32)		F	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
	1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	0.59	4.32	0.56	4.27	0.70	4.36	0.60	4.54	0.53	4.60		
2. ด้านราคา	4.09	0.69	4.24	0.58	4.30	0.65	4.29	0.60	4.37	0.49	4.25	0.37	1.868	0.099
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17	0.71	4.16	0.58	4.16	0.82	4.33	0.65	4.50	0.54	4.56	0.58	3.177	0.008*
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.86	0.72	3.96	0.61	4.09	0.76	4.11	0.61	4.39	0.53	4.33	0.63	4.722	0.000*
5. ด้านบุคลากร	4.44	0.56	4.47	0.54	4.55	0.47	4.61	0.41	4.77	0.38	4.64	0.39	3.078	0.010*
6. ด้านกระบวนการ	4.15	0.66	4.16	0.50	4.24	0.62	4.40	0.44	4.44	0.57	4.60	0.45	5.115	0.000*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.13	0.61	4.08	0.57	4.24	0.63	4.31	0.53	4.24	0.62	4.53	0.46	3.575	0.004*
รวม	4.15	0.49	4.20	0.40	4.27	0.51	4.34	0.38	4.46	0.39	4.50	0.36	5.321	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความต้องกรที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้ในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องกรที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ และเมื่อผลการวิเคราะห์ที่มีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe

ตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปีจ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวม
จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.15	4.20	4.27	4.34	4.46	4.50				
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.15										
5,001 – 10,000 บาท	4.20	-0.049									
10,001 – 15,000 บาท	4.27		-0.117								
15,001 – 20,000 บาท	4.34			-0.067							
20,001 – 25,000 บาท	4.46				-0.192						
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.50					-0.192					
							-0.142				
								-0.075			
									-0.314*		
										-0.264	
											-0.302
											-0.234
											-0.159
											-0.037

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปีจ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความต้องการต่อปีจ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000-25,001 บาท และตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,501 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 46 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	4.20	4.32	4.27	4.36	4.54	4.60					
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.20	-0.117	-0.074	-0.156	-0.336	-0.404*						
5,001 – 10,000 บาท	4.32		0.042	-0.038	-0.219	-0.287						
10,001 – 15,000 บาท	4.27			-0.081	-0.261	-0.330						
15,001 – 20,000 บาท	4.36				-0.180	-0.248						
20,001 – 25,000 บาท	4.54					-0.068						
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.60											

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.17	4.16	4.16	4.16	4.33	4.50	4.56			
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.17		0.014		0.009		-0.150		-0.325		-0.388
5,001 – 10,000 บาท	4.16				-0.004		-0.165		-0.340		-0.402
10,001 – 15,000 บาท	4.16						-0.160		0.335		-0.398
15,001 – 20,000 บาท	4.33								-0.175		-0.237
20,001 – 25,000 บาท	4.50										-0.062
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.56										

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปีงบประมาณส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	3.86	3.96	4.09	4.11	4.39	4.39				
น้อยกว่า 5,000 บาท	3.86		-0.099	-0.227	-0.247	-0.523*					-0.462
5,001 – 10,000 บาท	3.96			-0.128	-0.148						-0.363
10,001 – 15,000 บาท	4.09				-0.019						-0.234
15,001 – 20,000 บาท	4.11										-0.215
20,001 – 25,000 บาท	4.39										0.060
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.33										

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปีงบประมาณส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความต้องการต่อปีจ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.44	4.47	4.55	4.61	4.77	4.61	4.77	4.61	4.77	4.64
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.44		-0.030	-0.112	-0.170	-0.335					-0.201
5,001 – 10,000 บาท	4.47			-0.081	-0.140	-0.305					-0.171
10,001 – 15,000 บาท	4.55				-0.058	-0.223					-0.089
15,001 – 20,000 บาท	4.61					-0.164					-0.030
20,001 – 25,000 บาท	4.77										0.133
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.64										

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ
จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.15	4.16	4.24	4.40	4.44	4.44	4.44	4.44		
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.15		-0.015		-0.092		-0.248		-0.290		-0.454*
5,001 – 10,000 บาท	4.16				-0.077		-0.233		-0.275		-0.439
10,001 – 15,000 บาท	4.24						-0.156		-0.197		-0.361
15,001 – 20,000 บาท	4.40								-0.041		-0.205
20,001 – 25,000 บาท	4.44										-0.164
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.60										

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 51 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.11	4.28	4.25	4.15	4.25	4.15	4.69	4.23		
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.11		0.051	-0.109	-0.172	-0.108	-0.391				
5,001 – 10,000 บาท	4.28			-0.161	-0.224	-0.160	-0.443*				
10,001 – 15,000 บาท	4.25				-0.062	0.000	-0.281				
15,001 – 20,000 บาท	4.15					0.063	-0.218				
20,001 – 25,000 บาท	4.69						-0.282				
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.23										

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 52 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิลำเนา

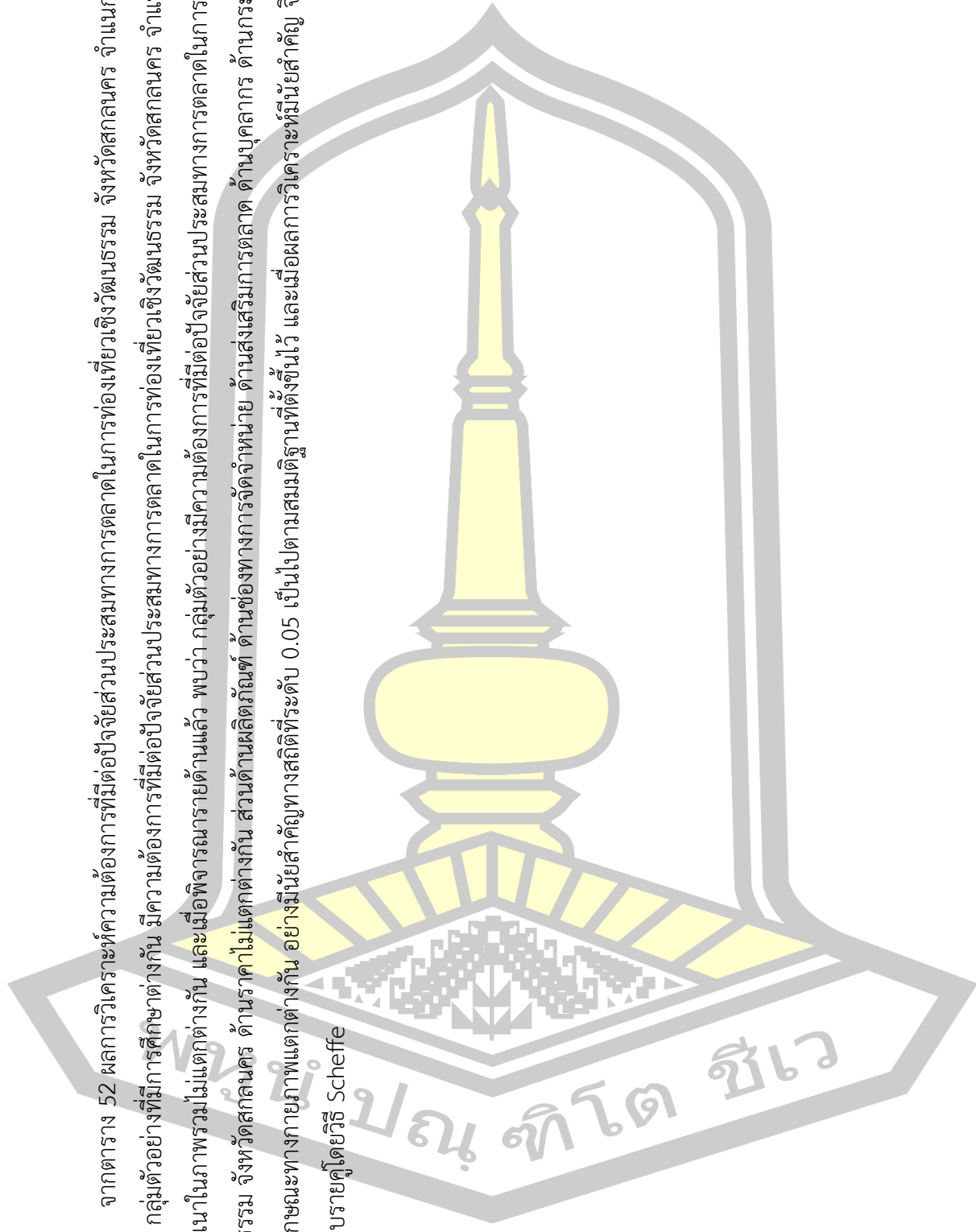
ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จังหวัดสกลนคร (n=199)		จังหวัดนครพนม (n=74)		จังหวัดมุกดาหาร (n=14)		จังหวัดอุดรธานี (n=6)		จังหวัดหนองคาย (n=3)		จังหวัดบึงกาฬ (n=3)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.66	4.44	0.43	4.48	0.45	4.94	0.14	4.44	0.38	4.89	0.19
2. ด้านราคา	4.18	0.63	4.14	0.69	4.45	0.50	4.39	0.49	4.11	0.19	4.44	0.51
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	0.72	4.18	0.60	4.36	0.53	4.58	0.38	4.17	0.29	4.83	0.29
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.85	0.71	3.98	0.59	4.40	0.51	4.40	0.36	4.80	0.00	4.80	0.35
5. ด้านบุคลากร	4.45	0.55	4.48	0.55	4.67	0.45	4.83	0.41	4.40	0.53	4.93	0.12
6. ด้านกระบวนการ	4.17	0.59	4.16	0.64	4.29	0.45	4.33	0.41	4.75	0.43	4.75	0.43
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.14	0.63	4.02	0.56	4.06	0.53	4.60	0.46	4.13	0.23	4.20	0.20
รวม	4.16	0.48	4.20	0.45	4.39	0.33	4.58	0.10	4.40	0.15	4.69	0.18

ตาราง 52 (ต่อ)

ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	จังหวัดในเขต ภาคอีสาน (n=54)		จังหวัดเขต ภาคเหนือ (n=4)		จังหวัดในเขต ภาคกลาง (n=45)		จังหวัดเขต ภาคใต้ (n=3)		จังหวัดเขตภาค ตะวันออก (n=0)		F	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	0.58	4.33	0.77	4.50	0.52	4.44	0.38	-	-	3.475	0.000*
2. ด้านราคา	4.25	0.56	3.91	0.17	4.44	0.51	4.56	0.19	-	-	1.411	0.181
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.47	0.59	3.88	1.31	4.46	0.67	4.00	1.00	-	-	2.403	0.012*
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.26	0.62	4.15	0.89	4.42	0.56	3.93	0.23	-	-	5.973	0.000*
5. ด้านบุคลากร	4.64	0.32	4.45	0.30	4.70	0.34	4.73	0.12	-	-	2.159	0.024*
6. ด้านกระบวนการ	4.44	0.42	4.44	0.38	4.49	0.54	4.67	0.29	-	-	3.035	0.002*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.32	0.57	4.50	0.20	4.60	0.36	4.60	0.40	-	-	4.441	0.000*
รวม	4.40	0.34	4.24	0.47	4.51	0.38	4.42	0.14	-	-	4.532	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิภาคพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามภูมิภาคในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ และเมื่อผลการวิเคราะห์ที่มีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe



ตาราง 53 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.16	4.20	4.39	4.58	4.40	4.69	4.40	4.24	4.51	4.42	-	-
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก	-											-
อื่นๆ	-											-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความถี่ของการตอบข้อวิจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านภาพรวม จำแนกตามภูมิภาคพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสกลนคร มีความต้องการตอบข้อวิจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดในเขตภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 54 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
ภูมิฐานะเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ภูมิฐานะ	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตน่าน	จังหวัด เขตเหนือ	จังหวัด เขตกลาง	จังหวัด เขตภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.17	4.44	4.48	4.94	4.44	4.89	4.40	4.33	4.50	4.44	-	-
จังหวัดสกลนคร		-0.262	-0.301	-0.770	-0.270	-0.714	-0.220	-0.159	-0.322	-0.270	-	-
จังหวัดนครพนม	4.44		-0.039	-0.507	-0.007	-0.451	0.041	0.103	-0.059	-0.007	-	-
จังหวัดมุกดาหาร	4.48			-0.468	0.031	-0.412	0.081	0.142	-0.020	0.031	-	-
จังหวัดอุดรธานี	4.94				0.500	0.055	0.549	0.611	0.448	0.500	-	-
จังหวัดหนองคาย	4.44					-0.444	0.049	0.111	0.051	0.000	-	-
จังหวัดบึงกาฬ	4.89						0.493	0.555	0.392	0.444	-	-
จังหวัดเขตน่าน	4.40							0.061	-0.101	-0.049	-	-
เขตภาค ตะวันออก	4.33								-0.162	-0.111	-	-
จังหวัดเขต ภาคเหนือ										0.051	-	-
จังหวัดเขตภาค กลาง	4.50									0.000	-	-

ตาราง 54 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.17	4.44	4.48	4.94	4.44	4.89	4.40	4.33	4.50	4.44	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	4.44											
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก												
อื่นๆ	-											

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องกรต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ไม่พบความแตกต่างที่มีมูลาเนตาต่างกันมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 55 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อองค์การต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิภาคเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัด เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	จังหวัด เขตภาค ตะวันตก	อื่นๆ
\bar{x}	4.15	4.18	4.36	4.58	4.17	4.83	4.47	3.88	4.46	4.00	-	-	-
จังหวัดสกลนคร		-0.029	-0.211	-0.437	-0.020	-0.687	-0.326	0.270	-0.309	0.145	-	-	-
จังหวัดนครพนม			-0.181	-0.407	0.009	-0.657	-0.296	0.300	-0.279	0.175	-	-	-
จังหวัดมุกดาหาร				-0.226	0.190	-0.476	-0.115	0.482	-0.098	0.357	-	-	-
จังหวัดอุดรธานี					0.416	-0.250	0.111	0.708	0.127	0.583	-	-	-
จังหวัดหนองคาย						-0.666	-0.305	0.291	-0.288	0.166	-	-	-
จังหวัดบึงกาฬ							0.361	0.958	0.377	0.833	-	-	-
จังหวัดในเขตภาค อีสาน								0.597	0.016	0.472	-	-	-
จังหวัดเขต ภาคเหนือ									-0.580	-0.125	-	-	-
จังหวัดในเขตภาค กลาง										0.455	-	-	-

ตาราง 55 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.15	4.18	4.36	4.58	4.17	4.83	4.47	3.88	4.46	4.00	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	4.00											
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก												
อื่นๆ	-											

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อการป้องกันภัยสึนามิในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อการป้องกันภัยสึนามิ
ทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 56 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามภูมิภาคมาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	3.85	3.98	4.40	4.40	4.80	4.80	4.26	4.15	4.42	3.93	-	-
จังหวัดสกลนคร		-0.133	-0.549	-0.549	-0.949	-0.949	-0.412*	-0.299	-0.567*	-0.083	-	-
จังหวัดนครพนม			-0.416	-0.416	-0.816	-0.816	-0.279	-0.166	0.433	0.050	-	-
จังหวัดมุกดาหาร				0.000	-0.400	-0.400	-0.137	0.250	0.017	0.466	-	-
จังหวัดอุดรธานี					-0.400	-0.400	0.137	0.250	-0.17	0.466	-	-
จังหวัดหนองคาย						0.000	0.537	0.650	0.382	0.866	-	-
จังหวัดบึงกาฬ							0.537	0.650	0.382	0.866	-	-
จังหวัดในเขตภาค อีสาน								0.112	-0.154	0.329	-	-
จังหวัดเขต ภาคเหนือ									-0.267	0.216	-	-
จังหวัดในเขตภาค กลาง										0.484	-	-

ตาราง 56 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	3.85	3.98	4.40	4.40	4.80	4.80	4.26	4.15	4.42	3.93	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	3.93											
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก												
อื่นๆ												

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนา จังหวัดสกลนคร มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคอีสาน และกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 57 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านบุคลากร
จำแนกตามภูมิภาคมาเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.45	4.48	4.67	4.83	4.40	4.93	4.64	4.45	4.70	4.73	-	-
จังหวัดสกลนคร		-0.025	-0.218	-0.380	0.053	-0.480	-0.183	0.003	-0.244	-0.280	-	-
จังหวัดนครพนม			-0.193	-0.354	0.078	-0.454	-0.158	0.028	-0.219	-0.254	-	-
จังหวัดมุกดาหาร				-0.161	0.271	-0.261	0.034	0.221	-0.026	-0.061	-	-
จังหวัดอุดรธานี					0.433	-0.100	0.196	0.383	0.135	0.100	-	-
จังหวัดหนองคาย						-0.533	-0.237	-0.500	-0.297	-0.333	-	-
จังหวัดบึงกาฬ							0.296	0.483	0.235	0.200	-	-
จังหวัดในเขตภาค อีสาน								0.187	-0.060	-0.096	-	-
จังหวัดเขต ภาคเหนือ									-0.247	-0.283	-	-
จังหวัดในเขตภาค กลาง										-0.035	-	-

ตาราง 57 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่น ๆ
\bar{x}	4.45	4.48	4.67	4.83	4.40	4.93	4.64	4.45	4.70	4.73	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	4.73											
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก	-											-
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก	-											-
อื่น ๆ	-											-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านบุคลากร จำแนกตามภูมิภาคพบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิถิ่นกำเนิดต่างกันมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 58 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านกระบวนการ
 จำแนกตามภูมิภาคเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.17	4.16	4.29	4.33	4.75	4.75	4.44	4.44	4.49	4.67	-	-
จังหวัดสกลนคร		0.004	-0.118	-0.116	-0.582	-0.582	-0.277	-0.270	-0.321	-0.499	-	-
จังหวัดนครพนม			-0.123	-0.171	-0.587	-0.587	-0.282	-0.275	-0.326	-0.504	-	-
จังหวัดมุกดาหาร				-0.047	-0.464	-0.464	-0.158	-0.151	-0.203	-0.380	-	-
จังหวัดอุดรธานี					-0.416	-0.416	-0.111	-0.104	-0.155	-0.333	-	-
จังหวัดหนองคาย						0.000	0.305	0.312	0.261	0.083	-	-
จังหวัดบึงกาฬ							0.305	0.312	0.261	0.083	-	-
จังหวัดในเขตภาค อีสาน								0.006	-0.044	-0.222	-	-
จังหวัดเขต ภาคเหนือ									-0.051	-0.229	-	-
จังหวัดในเขตภาค กลาง										-0.177	-	-

ตาราง 58 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.17	4.16	4.29	4.33	4.75	4.75	4.44	4.44	4.49	4.67	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	4.67											-
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก												-
อื่นๆ												-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
ด้านบุคลากร จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกันในมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

ตาราง 59 (ต่อ)

ภูมิภาค	จังหวัด สกลนคร	จังหวัด นครพนม	จังหวัด มุกดาหาร	จังหวัด อุดรธานี	จังหวัด หนองคาย	จังหวัด บึงกาฬ	จังหวัดใน เขตภาค อีสาน	จังหวัด เขต ภาคเหนือ	จังหวัดใน เขตภาค กลาง	จังหวัด เขต ภาคใต้	จังหวัด เขตภาค ตะวันออก	อื่นๆ
\bar{x}	4.14	4.02	4.06	4.60	4.13	4.20	4.32	4.50	4.60	4.60	-	-
จังหวัดเขตภาคใต้	4.60											
จังหวัดเขตภาค ตะวันออก												
อื่นๆ	-											

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดสกลนคร มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอื่นในเขตภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดนครพนม มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดในเขตภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถยืนยันสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 60 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยืนยัน	ไม่ยืนยัน
สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน		
2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน		✓
2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน		✓
2.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน	✓	
2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร		✓
2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน	✓	
2.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่ต่างกัน	✓	

ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร เพื่อศึกษานโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. บริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครในอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไร

1.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดสกลนครนั้นได้ชื่อว่า “เมือง 3 ธรรม” กล่าวคือ จังหวัดสกลนคร มีบูรพาจารย์ที่เป็นอริยสงฆ์ อาทิ หลวงปู่มนั่ ภูริทัตโต หลวงปู่ฝั้น อาจาโร ซึ่งได้รับความเลื่อมใสและการสักการบูชาไม่เสื่อมคลาย รวมทั้งการมีสถานที่สำคัญทางศาสนา จึงมีพุทธศาสนิกชนและประชาชนทั่วไปมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมะ” และจากการที่มีภูมิประเทศสวยงามอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ที่หลากหลายของเทือกเขาภูพานอันเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง นอกจากนั้นยังมีหนองหาร เป็นแหล่งน้ำจืดที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ 123 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะต่างๆ กว่า 20 เกาะ เหล่านี้จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมชาติ” อีกประการหนึ่งก็คือ เป็นเมืองที่มีแหล่งชุมชนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และเป็นเมืองเก่าแก่ มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่ เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน คนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าและแต่ละเชื้อชาติ มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดและยึดมั่นจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาและอยู่ด้วยกันด้วยความรัก สามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาจนทุกวันนี้ จึงเป็นที่มาของ “เมืองแห่งวัฒนธรรม” (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2563a)

1.2 ด้านนักท่องเที่ยว

สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ปี พ.ศ. 2561 พบมีผู้เยี่ยมชมเยือน จำนวน 1,343,345 คน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.33 จำแนกเป็นคนไทย จำนวน 1,337,758 คน และชาวต่างประเทศ จำนวน 5,587 คน มีผู้มาเยือนจังหวัดสกลนครเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่งผลให้จังหวัดสกลนคร มีรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นกัน นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุด นักชดถุักษ์ ปัจจัยส่วนหนึ่งเนื่องจากการท่องเที่ยวตามฤดูกาล ประกอบกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยผู้เยี่ยมชมเยือนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญของจังหวัด เช่น วัดถ้ำผาแด่น กราบสักการะพญาเต่างอย วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร นมัสการพระธาตุ ต่าง ๆ วัดป่าสุทธาวาส ถนนผ้าคราม

อุทยานแห่งชาติภูพาน อุทยานบัวเฉลิมพระเกียรติ ชุมชนคาทอลิก หมู่บ้านท่าแร่ ทั้งนี้ในหลายชุมชน ในจังหวัดสกลนครตื่นตัวที่จะพัฒนาหมู่บ้านของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชนเพื่อเป็นอีก ทางเลือกหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะมีความยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยตามสถานพักแรม ต่าง ๆ ในจังหวัดประมาณ 2.47 วัน นักท่องเที่ยว มีการใช้จ่ายแต่ละวันเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าของที่ระลึกประมาณ 1,104.96 บาท/คน/วัน ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 534.68 บาท/คน/วัน เมื่อรวม รายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวหรือก่อให้เกิดรายได้ทั้งสิ้น 2,407 ล้านบาท สำหรับสถานพัก แรม มีจำนวน 142 แห่ง มีห้องพักรวม 3,555 ห้อง ในปี 2563 จึงมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น จัดงานอีเว้นท์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร การ จัดรื้อเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันทั้ง 3 จังหวัด กลุ่มสนุก เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหลักและ แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวหลักของจังหวัด สกลนคร เมือง 3 ธรรม นั้นก็คือ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ที่น่าสนใจ เพิ่มศักยภาพของชุมชนสู่ มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และทุกภาคส่วน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด สกลนครเพิ่ม มากขึ้น (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2566)

1.3 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยว 5 ปี ย้อนหลัง

ตารางที่ 61 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยว 5 ปี ย้อนหลัง ของจังหวัดสกลนคร

จำนวนนักท่องเที่ยว	2559	2560	2561	2562	2563
ชาวไทย	149,162	169,336	181,751	191,298	142,372
ชาวต่างชาติ	484	595	660	702	534
รวม	149,162	169,931	182,411	192,000	142,906

(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

1.4 ทิศทางการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครนั้น มีความจำเป็น ที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการสร้างตระหนักรู้ และจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน ให้เห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรใน

ท้องถิ่น เพราะสามารถนำไปสู่การพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการบูรณาการองค์ความรู้และความทันสมัยใหม่ให้เข้ากับความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น

1.5 การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม

ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีจำนวนน้อย ซึ่งปัญหาสำคัญมาจากการขาดความร่วมมือของคนในชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ต่อเนื่อง ขาดจากประสานงานที่ดีระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานของภาครัฐ ขาดการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่ ร่วมวางแผน ร่วมบริหารจัดการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมรับผิดชอบ เพื่อสอดคล้องกับรูปแบบการบริหารจัดการตามบริบทของชุมชนท้องถิ่น

1.6 มุมมองของการตลาดการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มุมมองของการตลาดการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครต้องอาศัยการให้ข้อมูล ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการเรียนรู้ สร้างความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงบอกต่อในความประทับใจให้คนอื่นได้จัก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย เพื่อเป็นการสร้างการตลาดที่ยั่งยืน

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด

สกลนครเป็นอย่างไร

2.1 ด้านจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- ความหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม)
- มีงานประเพณีที่สำคัญ คือ งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและงานประเพณีแห่ดาวคริสต์มาส
- มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น เครื่องจักรสาน ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น
- การคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบกและอากาศ (มีทั้งรถประจำทาง และเครื่องบิน)
- จังหวัดสกลนครเมืองที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า และ

2 เชื้อชาติ

- มีทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ คือ หนองหาร และมีวิถีชีวิตชุมชนริม

หนองหารที่น่าสนใจ

2.2 ด้านจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- การทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ยังขาดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และขาดความต่อเนื่องในการทำงาน

- การขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพจำนวนมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นมีจำกัด ขาดความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวรวมถึงประชาชนชาวบ้านที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้

- มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับมาตรฐาน เช่น การให้บริการของพนักงานในร้านอาหาร การให้บริการในที่พัก รวมถึงที่พักโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานการขึ้นทะเบียน เป็นต้น

- จุดบริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

- ขาดการสนับสนุนและงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ

และทันสมัย

- ยังไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ (หนองหาร) อย่างเพียงพอ

- ขาดความต่อเนื่องในการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว และความเชื่อมโยงของเส้นทาง การท่องเที่ยวในชุมชนและระหว่างชุมชน

- การคมนาคมระหว่างจังหวัดยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากถนนบางช่วงยังเป็นเส้นทาง 2 ช่องจราจร

- การเดินทางจากตัวเมือง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยรถประจำทางเป็นไปด้วยความลำบาก เนื่องจากรถโดยสารมีจำนวนน้อย และไม่เดินตามตารางเวลาที่กำหนดไว้

- ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลในการทำการตลาดและการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการตลาด

- ร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารเล็กๆ ในหมู่บ้าน

- ห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย ถึงมีก็ไม่สามารถใช้งานได้

- ไม่มีแผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน

- แหล่งท่องเที่ยวขาดป้ายสื่อความหมายที่ถูกต้อง

2.3 ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- รัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่

- รัฐบาลให้การสนับสนุนรับสาธาณูปโภคขั้นพื้นฐาน รวมไปถึงการส่งเสริมระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่มากขึ้น

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแผนนโยบายเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความช่วยเหลือการสร้าง Branding จังหวัดสกลนคร

- นโยบายรัฐบาลสนับสนุนให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงสินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

- โลกในยุคดิจิทัล ที่มีความนิยมใช้อินเทอร์เน็ตและโลกสังคมออนไลน์ ทำให้การรู้เรื่องการท่องเที่ยวมีการเผยแพร่ไปได้กว้างมากยิ่งขึ้น

2.4 ด้านอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- เส้นทางคมนาคมบนเขาภูพาน มีความยากลำบาก ใช้เวลาและมีอุบัติเหตุบ่อยครั้ง
- ปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้การเดินทางหยุดลง ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง

- เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยส่งผลต่อการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวที่ลดลง

- ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมองว่าภาคอีสานแห้งแล้งไม่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว

- ผลกระทบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้แต่ละจังหวัดทำการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น

- ทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวไทย และต่างประเทศ จนมีแนวโน้มปรับเป็น New Normal หลังการระบาดของไวรัสโควิด-19

- ความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- ปัญหาสภาพอากาศฝุ่น PM 2.5 ในหลายจังหวัดของประเทศไทย รวมทั้งจังหวัดสกลนคร

2.5 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดสกลนครมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมะ เช่น วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร วัดป่าสุทธาวาส วัดป่าอุดมสมพร วัดคำประมง วัดถ้ำขามหรือภูขาม วัดถ้ำอภัยดำรงธรรมหรือวัดถ้ำพวง วัดถ้ำผาแต่น พระธาตุศรีมงคล ถ้ำพระพุทธไสยาสน์ ปราสาทพระธาตุนารายณ์เจงเวง ปราสาทภูเพ็ก ปราสาทขอม บ้านพันนา พระธาตุดุม เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หนองหาร อุทยานแห่งชาติภูพาน อุทยานแห่งชาติภูผายล อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก น้ำตกคำหอมและโค้งบึงสูง สะพานหินธรรมชาติ ภาพรอยสลักผาสามพันปีที่ภูผายล น้ำตกคำน้ำสร้าง หอส่งดาว ภูอ่างศอ เขื่อนน้ำพุง เขื่อนน้ำอูน เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร สะพานขอมหรือสะพานหิน ศูนย์วัฒนธรรมไท่ไส่ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยหีบ ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหาร ได้แก่บ้านแป้น บ้านน้ำพุ บ้านจอมแจ้ง บ้านท่าวัด บ้านท่าแร่ เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทสันตนาการและบันเทิง เช่น อุทยานหนองหานเฉลิมพระเกียรติ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ สวนสมเด็จพระเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ (สวนแม่ สวนลูก) เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงวิชาการ เช่น ศูนย์การศึกษาพัฒนาอุทยานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม พิพิธภัณฑ์อุทยาน อุทยานบัวเฉลิมพระเกียรติ ท้องฟ้าจำลอง เป็นต้น

2.6 ด้านผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก ฯลฯ

- กฎหมายของหน่วยงานราชการในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เนื่องจากข้อกำหนด/ข้อห้าม ไม่มีการยืดหยุ่นให้กับผู้ประกอบการ

2.7 ด้านการบริการ

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร เป็นการท่องเที่ยวแบบจัดตั้ง ต้องมีการจองล่วงหน้า จ่ายค่ามัดจำ ไม่สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้หากไม่มีการจองล่วงหน้า และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเป็นกลุ่มศึกษาดูงานเป็นหลัก รองลงมาคือการท่องเที่ยวโดยทั่วไป

2.8 ด้านประชาชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน คนในชุมชน มีการค้นหาตัวตน อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน เพื่อนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงเรื่องชาติพันธุ์ที่ยังไม่ชัดเจน เช่น การแต่งกายของแต่ละชนชนเผ่า การละเล่นของแต่ละชนเผ่า

3. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

3.1 สภาพตลาดโดยทั่วไป

- ส่วนแบ่งทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จังหวัดสกลนครมีแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวแบบขึ้นบันไดกล่าวคือนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่มากนักและยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ นักท่องเที่ยวเดินทางมาและพำนักตามสถานพักแรมมากช่วงที่มีการจัดงาน หรือกิจกรรมประเพณีสำคัญ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563) ปัจจุบันมีการยกการท่องเที่ยวให้ตั้งอยู่บนกรอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 ธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญยิ่ง แต่จากสถิติกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างที่อยู่ในจังหวัดสกลนครนั้น กลับพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังถูกจัดว่าได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งมีสัดส่วนห่างจากอันดับที่ 1 มากถึงเกือบ 3 เท่า โดยอันดับที่ 1 ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85.45 ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลับมีเพียงร้อยละ 30.88 (รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สนวนเพลง, 2559)

- **ภาวะและความรุนแรงของการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดสกลนครในปัจจุบัน**

- จังหวัดสกลนครมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่ไม่รุนแรงนัก หลังจากการเปิดประเทศ ผู้คนมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เศรษฐกิจของจังหวัดสกลนครค่อยๆฟื้นตัว ด้วยการร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน

- **ปัญหาด้านการตลาดในปัจจุบัน**

- ปัญหาการลอกเลียนแบบด้านวัฒนธรรม
- ขาดความต่อเนื่องในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และความเชื่อมโยงของเส้นทาง
การท่องเที่ยวในชุมชนและระหว่างชุมชน
- ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลในการทำการตลาดและการสร้างมูลค่าของ
ผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการตลาด

3.2 ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

- **ความหลากหลายในรูปแบบและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดสกลนคร**

- มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร (แหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม)
และความหลากหลายของรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- มีงานประเพณีที่สำคัญ คือ งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและงานประเพณีแห่ดาว
คริสต์มาส
- มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น เครื่องจักรสาน ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น
- จังหวัดสกลนครเมืองที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า และ
2 เชื้อชาติ
- มีทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ คือ หนองหาร และมีวิถีชีวิตชุมชน
ริมหนองหารที่น่าสนใจ

3.3 ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price)

- การกำหนดราคาด้านการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร
อย่างไรบ้าง (เช่น ที่พักแรม ค่าเข้าชม และกิจกรรม)
- ควรมีการแจ้งราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความ
ปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือหลอกขายสินค้าเกินราคา
- **หลักเกณฑ์ในการปรับเพิ่ม-ลดราคาของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว**
- สินค้าทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ถ้าเทียบกับ
สินค้าประเภทอื่นๆ ถือว่าราคาไม่สูงมาก นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ แต่เราจะมีวิธีการอย่างไร

เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป นั่นถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ด้านราคาอีกอย่างหนึ่ง
ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ

- หากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันควรมีมาตรฐานราคาอยู่ในเกณฑ์เดียวกัน

นักท่องเที่ยวจะได้ไม่รู้สึกว่าถูกขายสินค้าเกินราคา

3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place)

- ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

- ปัจจุบันช่องทางในการติดต่อและเลือกซื้อสินค้าไม่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อผ่านหน่วยงานราชการ ทำให้การติดต่อสอบถามหรือเลือกซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวเกิดความล่าช้าในการรับข้อมูลและเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

- มีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

- ช่องทางในการติดต่อและเลือกซื้อสินค้าไม่หลากหลาย ทำให้การติดต่อสอบถามหรือเลือกซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความลำบาก

3.5 ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion)

- วิธีการในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

- การจัดทำสื่อให้มีความน่าสนใจ แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

- จัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในราคาพิเศษ หรือ โปรโมชันสำหรับช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว

- ปัญหาการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

- โดยส่วนใหญ่จะเป็นการอาศัยหน่วยงานราชการทำหน้าที่ด้านการตลาดให้ และนักท่องเที่ยวก็จะเป็นกลุ่มศึกษาดูงาน ไม่มีการทำการตลาดอย่างจริงจัง

3.6 ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People)

- บุคลากรทางการท่องเที่ยวมีความสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

- ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีบุคลากรที่สามารถให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่ยังไม่พอเพียงพอ เพราะบางแหล่งท่องเที่ยวมีเพียง 1 คนที่สามารถทำหน้าที่นำเที่ยวได้และเชื่อมโยงสู่ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนได้เช่นกัน

- ปัญหาด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว

- การขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพจำนวนมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นมีจำกัด ขาดความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวรวมถึงประชาชนชาวบ้านที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้

3.7 ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

- อย่างถูกต้องรวดเร็วและเกิดความประทับใจ

- ผู้ประกอบการและคนในชุมชนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแต่ด้วยการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ประทับใจเท่าที่ควร

- ปัญหาด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว

- ยังไม่มีกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม
- การบริการด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับมาตรฐาน เช่น การให้บริการของพนักงานในร้านอาหาร การให้บริการในที่พัก รวมถึงที่พักโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานการขึ้นทะเบียน เป็นต้น

3.8 ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence)

- แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด และความเพียงพอของสาธารณูปโภคต่อการบริการแก่นักท่องเที่ยว

- ในบางแหล่งท่องเที่ยวยังมีการจัดการที่ยังไม่ดีมากนักในเรื่องของการจัดการพื้นที่ต่างๆ การแบ่งพื้นที่การใช้งานให้เป็นสัดส่วน มีป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

- ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว

- จุดบริการนักท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว โดยเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว มีการปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นและมีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและทันสมัย

2. ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price)

สินค้าทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ถ้าเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆ ถือว่าราคาไม่สูงมาก นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ หากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันควรมีมาตรฐานราคาอยู่ในเกณฑ์เดียวกัน และมีการแจ้งราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือหลอกขายสินค้าเกินราคา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place)

การพัฒนาการคมนาคมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางที่ไม่ได้มีการเดินรถตามตารางเวลาที่ชัดเจน นอกจากนั้นเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลได้ง่าย เช่น ช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นและสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้อีกด้วย และจัดให้มีแผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้

4. ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion)

การเพิ่มช่องทางการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ เช่น สื่อออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ อาทิเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม การเขียนรีวิวของบล็อกเกอร์ ฯลฯ สื่อออฟไลน์ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประกาศ ฯลฯ รวมทั้งการเตรียมบุคลากรที่สามารถตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยวได้ทุกด้าน รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ

5. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People)

การจัดฝึกอบรมบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครและพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวในทุกด้าน รวมทั้งการแสดงออกถึงความเป็นมิตรเอื้อเฟื้อแก่ของเจ้าบ้านและผู้ประกอบการ

6. ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

การพัฒนาขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในทุกจุดที่มีความเสี่ยง และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินได้ตลอดเวลา

7. ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence)

การปรับปรุงภูมิทัศน์ ให้เหมาะกับการท่องเที่ยวตลอดปี สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร พร้อมทั้งการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และการเพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว จุดพักผ่อน ป้ายบอกข้อมูลความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การ
พัฒนาจังหวัดสกลนคร มีรายละเอียดดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐ
และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร
4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การ
พัฒนาจังหวัดสกลนคร สรุปผลการวิจัยตามความมุ่งหมาย ได้ดังนี้

พูนุ ปณุกิตโต ชีเว

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งผลการศึกษาดังนี้

หน่วยงานที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร คือ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร และวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางในการดึงศักยภาพที่โดดเด่นของจังหวัดสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการช่วยยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ในการทำงานมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการงานบูรณาการร่วมกัน โดยใช้ศักยภาพที่โดดเด่นและความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน มีการทำงานร่วมกันกับทั้งหน่วยงานภายในจังหวัดและหน่วยงานภายนอกจังหวัด ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ด้วยการจัดเก็บข้อมูล จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น หน่วยงานมีความชำนาญในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาดของจังหวัดสกลนคร เพื่อให้จังหวัดสกลนครสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีปราชญ์ชุมชนที่คอยให้ความรู้ และใช้ศักยภาพของพื้นที่

ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 50 – 60 ปี ระดับการศึกษา อยู่ในระดับประถมศึกษา และมีอาชีพเกษตรกร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี : มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี ร้อยละ 47.71 ด้านความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม : มีความงดงาม ประทับใจ มาก ร้อยละ 44.57 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว : มีทางเข้าถึงได้สะดวก ด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถทัศนาวจร ร้อยละ 41.43 ด้านความเข้มแข็งในการรักษา

เอกลักษณ์ : มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย ร้อยละ 40.86 ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว : มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้งในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า ร้อยละ 39.70

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน : แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก ร้อยละ 42 ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก : มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 42

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านการจัดการด้านใช้ประโยชน์พื้นที่ : มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ ร้อยละ 54.29 ด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว : มีการดูแลรักษาในระดับดี ร้อยละ 45.71 ด้านการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มาจากการท่องเที่ยว : มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี ร้อยละ 37.43

การจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ ร้อยละ 80.29 กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ ร้อยละ 74.86 ด้านชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว : ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง ร้อยละ 74.29 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ร้อยละ 74.29 ด้านชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว : ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง ร้อยละ 72.86

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้านของการประเมินแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 74.5 คะแนน ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาตรฐาน ดีมาก ตามการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยณะนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลนคร ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มาเพื่อท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม กลุ่มที่ร่วมเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว การพักค้างคืนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ประเภทของที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/เพื่อน ระยะเวลาการพักแรม ส่วนใหญ่พัก 1 คืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน ส่วนใหญ่ใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 3 ครั้ง และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ข้อที่มีระดับความต้องการมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายข้อ ทั้ง 27 ข้อ มีความเห็นว่าปัจจัยรายข้อมีความต้องการอยู่ในระดับมาก และรายข้อที่มีความต้องการมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม ค่าเฉลี่ย 4.58 ทัศนคติของคนในท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.56 ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 4.52 ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการ

ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.51 ผู้ให้บริการมีการความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.48

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศชาย ระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) และด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศหญิง ระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

2. จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 49 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 – 60 ปี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

3. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

4. จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด

และด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา (Price) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษียณอายุราชการ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมากที่สุด

5. จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สามารถสรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยวิธี Chi-Square ได้ว่าพบว่า

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

เพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ ประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกลุ่มที่ร่วมเดินทาง และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านการพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ ประเภทของที่พักในการเดินทาง ระยะเวลาการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทางมา พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนครั้งในการเดินทางและช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านพาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้ ประเภทของที่พัก ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทางมา ระยะเวลาการพักผ่อนและช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านการพักค้างคืน ประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครในรายด้านประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภูมิลาเนาต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด สกลนครในรายด้านประเภทของที่พัก ระยะเวลาการพักผ่อน และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทาง กลุ่มที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง การพักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนครั้งในการเดินทางมา ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 62 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
	สมมติฐาน	
	ยืนยัน	ไม่ยืนยัน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน		
1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
1.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลาเนาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน

เพศต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตาม สมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 63 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2

สมมุติฐาน	ผลการทดสอบสมมุติฐาน	
	ยืนยัน	ไม่ยืนยัน
สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน		
2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน		✓
2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน		✓
2.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร		✓
2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน	✓	
2.6 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน	✓	



ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. บริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครในอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไร

จังหวัดสกลนครนั้นได้ชื่อว่า “เมือง 3 ธรรม” กล่าวคือ จังหวัดสกลนคร มีบูรพาจารย์ที่เป็นอริยสงฆ์ ซึ่งได้รับความเลื่อมใสและการสักการบูชา รวมทั้งการมีสถานที่สำคัญทางศาสนา จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมะ” และจากการที่มีภูมิประเทศสวยงามอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ที่หลากหลายของเทือกเขาภูพานอันเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง นอกจากนั้นยังมีหนองหาร เป็นแหล่งน้ำจืดที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย จึงได้ชื่อว่าเป็น “เมืองแห่งธรรมชาติ” อีกประการหนึ่งก็คือ เป็นเมืองที่มีแหล่งชุมชนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และเป็นเมืองเก่าแก่ มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า ได้แก่ เผ่าภูไท เผ่าญ้อ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทโย้ย ไทลาว อีสาน และ 2 เชื้อชาติ คือ คนไทยเชื้อสายจีน คนไทยเชื้อสายเวียดนาม ซึ่งแต่ละชนเผ่าและแต่ละเชื้อชาติ มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดและยึดมั่นจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาและอยู่ด้วยกันด้วยความรัก สามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาจนทุกวันนี้ จึงเป็นที่มาของ “เมืองแห่งวัฒนธรรม”

สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร ปี พ.ศ. 2559 พบ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 149,162 คน แล้วมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ปี พ.ศ. 2560 พบ จำนวน 169,336 คน ปี พ.ศ. 2561 พบ จำนวน 181,751 คน ปี พ.ศ. 2562 พบ จำนวน 191,298 คน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2563 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 142,372 คน ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุด นักชัตตกษ์ ปัจจัยส่วนหนึ่งเนื่องจากการเป็นการท่องเที่ยวตามฤดูกาล ประกอบกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ในหลายชุมชนในจังหวัดสกลนครต้นตอที่จะพัฒนาหมู่บ้านของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชนเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีความยั่งยืนต่อไป

การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน ให้เห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพราะสามารถนำไปสู่การพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการบูรณาการ

องค์ความรู้และความทันสมัยใหม่ให้เข้ากับความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น

ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีจำนวนน้อย ซึ่งปัญหาสำคัญมาจากการขาดความร่วมมือของคนในชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ต่อเนื่อง ขาดจากประสานงานที่ดีระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานของภาครัฐ ขาดการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่ ร่วมวางแผน ร่วมบริหารจัดการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมรับผิดชอบ เพื่อสอดคล้องกับรูปแบบการบริหารจัดการตามบริบทของชุมชนท้องถิ่น

มุมมองของการตลาดการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ต้องอาศัยการให้ข้อมูล ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการเรียนรู้ สร้างความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงบอกต่อในความประทับใจให้คนอื่นได้จัก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องให้ความสำคัญในเรื่อง การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย เพื่อเป็นการสร้างการตลาดที่ยั่งยืน

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

ปัจจัยส่งเสริมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

รัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ สนับสนุนให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ส่งเสริมระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่ให้มากขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแนวนโยบายเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและให้ความช่วยเหลือการสร้าง Branding การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครยังมีความหลากหลาย อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทสังฆสถานและบันเทิง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีงานประเพณีที่สำคัญ คือ งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและงานประเพณีแห่ดาวคริสต์มาส มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น เครื่องจักรสาน ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า และ 2 เชื้อชาติ มีทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ คือ หนองหาร และมีวิถีชีวิตชุมชนริมหนองหารที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีการคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบกและทางอากาศ (มีรถประจำทาง และเครื่องบิน) และโลกในยุคดิจิทัล ที่มีความนิยมใช้อินเตอร์และโลกสังคมออนไลน์ ทำให้การรู้เรื่องการท่องเที่ยวมีการเผยแพร่ไปได้กว้างมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

ปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมามีทำให้การเดินทางหยุดลง ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยส่งผลกระทบต่อการใช้สอยของนักท่องเที่ยวที่ลดลงตามไปด้วย หลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปทั้งนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ จนมีแนวโน้มปรับเป็น New Normal ผลกระทบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้แต่ละจังหวัดทำการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงขาดการสนับสนุนและงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและทันสมัย และในส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลในการทำการตลาดและการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการตลาด นอกจากนี้กฎหมายของหน่วยงานราชการในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เนื่องจากข้อกำหนด/ข้อห้าม ไม่มีการยืดหยุ่นให้กับผู้ประกอบการ ยังมีปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง รวมไปถึงปัญหาสภาพอากาศฝุ่น PM 2.5 ในหลายจังหวัดของประเทศไทยและจังหวัดสกลนครก็เป็น 1 ในนั้น และปัญหาที่ยังแก้ไม่ได้คือภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมองว่าภาคอีสานแห้งแล้งไม่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร เป็นการท่องเที่ยวแบบจัดตั้ง ต้องมีการจองล่วงหน้า จ่ายค่ามัดจำ ไม่สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้หากไม่มีการจองล่วงหน้า และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเป็นกลุ่มศึกษาดูงานเป็นหลัก รองลงมาคือการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ปัญหาการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่ยังขาดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ขาดความต่อเนื่องในการทำงานและความต่อเนื่องการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว ที่มีความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนและระหว่างชุมชน ปัญหาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอ ทำให้ศักยภาพจำนวนมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นมีจำกัด ขาดความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวรวมถึงประชาชนชาวบ้านที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้ ปัญหาการหลอกล่ยนแบบด้านวัฒนธรรม ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน คนในชุมชน มีการค้นหาตัวตน อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน เพื่อนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงเรื่องชาติพันธุ์ที่ยังไม่ชัดเจน เช่น การแต่งกายของแต่ละชนชนเผ่า การละเล่นของแต่ละชนเผ่า มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มียังไม่ได้รับมาตรฐาน เช่น การให้บริการของพนักงานในร้านอาหาร การให้บริการในที่พัก รวมถึงที่พักโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานการขึ้นทะเบียน เป็นต้น จุดบริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย ป้ายสื่อความหมายที่ถูกต้อง ร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารเล็กๆ ในหมู่บ้าน เป็นต้น การคมนาคมระหว่างจังหวัดยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากถนนเชื่อมระหว่างจังหวัดบางช่วงยังเป็นเส้นทาง 2 ช่องจราจร ส่วนการเดินทางจากตัวเมือง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยรถประจำทางเป็นไปด้วยความลำบาก เนื่องจากรถ

โดยสารมีจำนวนน้อย และไม่ได้วิ่งตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ และยังไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ (หนองหาร) อย่างเพียงพอ

3. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

จังหวัดสกลนครมีแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวแบบขึ้นบันไดกล่าวคือนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่มากนักและยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ นักท่องเที่ยวเดินทางมาและพำนักตามสถานพักแรมมากช่วงที่มีการจัดงาน หรือกิจกรรมประเพณีสำคัญ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563) ปัจจุบันมีการยกการท่องเที่ยวให้ตั้งอยู่บนกรอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 ธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญยิ่ง แต่จากสถิติกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างที่อยู่ในจังหวัดสกลนครนั้น กลับพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังถูกจัดว่าได้รับความนิยมนจากนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งมีสัดส่วนห่างจากอันดับที่ 1 มากถึงเกือบ 3 เท่า โดยอันดับที่ 1 ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85.45 ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลับมีเพียงร้อยละ 30.88 (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563) จังหวัดสกลนครมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่ไม่รุนแรงนัก หลังจากการเปิดประเทศ ผู้คนมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เศรษฐกิจของจังหวัดสกลนครค่อยๆ ฟื้นตัว ด้วยการร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว โดยเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว มีการปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นและมีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและทันสมัย

2. ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price)

สินค้าทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ถ้าเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆ ถือว่าราคาไม่สูงมาก นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ หากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันควรมีมาตรฐานราคาอยู่ในเกณฑ์เดียวกัน และมีการแจ้งราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือหลอกขายสินค้าเกินราคา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place)

การพัฒนาการคมนาคมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางที่ไม่ได้มีการเดินรถตามตารางเวลาที่ชัดเจน นอกจากนั้นเพิ่ม

ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลได้ง่าย เช่น ช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นและสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้อีกด้วย และจัดให้มีแผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้

4. ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion)

การเพิ่มช่องทางการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ เช่น สื่อออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ อาทิเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 การเขียนรีวิวของบล็อกเกอร์ ฯลฯ สื่อออฟไลน์ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประกาศ ฯลฯ รวมทั้งการเตรียมบุคลากรที่สามารถตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยวได้ทุกด้าน รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ

5. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People)

การจัดฝึกอบรมบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครและพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวในทุกด้าน รวมทั้งการแสดงออกถึงความเป็นมิตรเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของเจ้าบ้านและผู้ประกอบการ

6. ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

การพัฒนาขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในทุกจุดที่มีความเสี่ยง และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินได้ตลอดเวลา

7. ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence)

การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะกับการท่องเที่ยวตลอดปี สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร พร้อมทั้งการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และการเพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว จุดพักผ่อน ป้ายบอกข้อมูลความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้แบ่ง ประเด็นการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์/สังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีผล การศึกษาดังนี้

หน่วยงานที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร คือ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครพนม การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร และวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และหน่วยงาน ภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือ แนวทางในการดึงศักยภาพที่โดดเด่นของจังหวัดสกลนครออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการช่วยยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ใน การทำงานมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการบูรณาการร่วมกัน โดยใช้ศักยภาพที่โดดเด่น และความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน มีการทำงานร่วมกันกับทั้งหน่วยงานภายในจังหวัดและ หน่วยงานภายนอกจังหวัด ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ด้วย การจัดเก็บข้อมูล จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายป่าน จักขุจินดา และคณะ, 2563) ที่พบว่า จังหวัดสกลนคร มีความชัดเจน ในการกำหนดแผนและสามารถ นำไปปฏิบัติควบคู่กับการประเมินผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการติดตามผล การปฏิบัติงานทุกช่องทาง ทุกแผนงาน โดยมุ่งเน้นความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้สามารถทำงาน แบบภาคีเครือข่ายเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว 3 ธรรม จังหวัดสกลนคร หน่วยงานมีความ ชำนาญในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาดของจังหวัดสกลนคร เพื่อให้จังหวัดสกลนครสามารถ เที่ยวได้ตลอดทั้งปี และมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีปราชญ์ชุมชนที่คอยให้ความรู้ และ ใช้ศักยภาพของพื้นที่

ความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีผล การศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 50 – 60 ปี ระดับการศึกษา อยู่ในระดับประถมศึกษา และมีอาชีพเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด สกลนคร

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี : มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี ร้อยละ 47.71 ด้านความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม : มีความงดงาม ประทับใจ มาก ร้อยละ 44.57 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว : มีทางเข้าถึงได้สะดวก ด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถทัศนอาจร ร้อยละ 41.43 ด้านความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ : มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย ร้อยละ 40.86 ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว : มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้งในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า ร้อยละ 39.70

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน : แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก ร้อยละ 42 ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก : มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 42

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ ด้านการจัดการด้านใช้ประโยชน์พื้นที่ : มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ ร้อยละ 54.29 ด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว : มีการดูแลรักษาในระดับดี ร้อยละ 45.71 ด้านการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มาจาก การท่องเที่ยว : มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี ร้อยละ 37.43

การจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านที่มีคะแนนร้อยละมากที่สุด คือ การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ ร้อยละ 80.29 กิจกรรม

การท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิด ปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ ร้อยละ 74.86 ด้านชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว : ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง ร้อยละ 74.29 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ร้อยละ 74.29 ด้านชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว : ชุมชนมีรายได้จากการแสดง ศิลปะพื้นเมือง ร้อยละ 72.86

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังเช่นบทความของ (สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ และเทียนวัน แนบตุ้, 2560) ที่พบว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านโนนขำนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งแบบวิถีชนบทและประเพณีวัฒนธรรมที่ควรส่งเสริมการอนุรักษ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และควรพัฒนาเรื่องการคมนาคมการเข้าถึงหมู่บ้านได้อย่างสะดวก ควรจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านที่ช่วยจัดการเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วย (สมศักดิ์ ดันติเศรณี และคณะ, 2560) พบว่า ศักยภาพการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว มีสถาปัตยกรรมเมืองเก่าที่สวยงาม มีคุณค่า ทางศิลปวัฒนธรรม และด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีของชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (อุทัยวรรณ ภูเทศ, 2562a) พบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดหนองโพ จังหวัด นครสวรรค์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับแนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดหนองโพ ควรมึรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการส่งเสริม การท่องเที่ยวให้มีความสมดุลในมิติทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ อันจะนำไปสู่การจัดการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (วิจิตรา บุญแล และคณะ, 2564) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีนั้นมีศักยภาพที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ควรได้รับการพัฒนา เพิ่มเติมในศักยภาพทางด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านกิจกรรม (Activities) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี

ความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พงศวุฒิ ละ

ลองพานิช, 2561) ที่พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลนคร ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร วัดสุประสงค์์เพื่อการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มาเพื่อท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม ส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง พาหนะที่ใช้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn, 2560b) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวนิยม ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ (ชมพูนุท สมแสน และคณะ, 2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 3 ครั้ง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/เพื่อน ระยะเวลาการพักผ่อน 1 คืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน น้อยกว่า 1,000 บาท สอดคล้องกับ (วัชรินทร์ เกิดทรัพย์และคณะ, 2561) ที่พบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางแบบครอบครัวและครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบ ไปเช้า-เย็นกลับ ซึ่งสอดคล้องกับ (ปฐมา หาเรือนทรง, 2560) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไป-กลับ ไม่ได้พักค้างคืน มีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท และสอดคล้องกับ (อัญชลี สมใจ และคณะ, 2563) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลกับครอบครัว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เข้า - เย็นกลับ จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร มากกว่า 3 ครั้ง และช่องทางรู้จักแหล่งท่องเที่ยวคือทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชนพัฒน์ ช่วยครุฑและคณะ, 2563) ที่พบว่า ชาวคนไทยนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สันต์ทัศน์ เพ็ญจันทร์, 2563) ที่พบว่า ด้านส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยรายด้านที่มีผลในการ เข้าชมในระดับมากที่สุด เรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีระดับความต้องการมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก และส่วนข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (M. E. Prayogi M. A. & Sari M. Azhar, 2018) พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้านัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพของการบริการมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายพื้นที่ Samosir ส่วนผสมทางการตลาดมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกและนัยสำคัญต่อความภักดีนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายข้อ ทั้ง 27 ข้อ มีความเห็นว่าปัจจัยรายข้อมีความต้องการอยู่ในระดับมาก และรายข้อที่มีความต้องการมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม ค่าเฉลี่ย 4.58 อัตราค้ายของคนที่อยู่ในท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.56 ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 4.52 ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.51 ผู้ให้บริการมีการความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.48

ความมุ่งหมายที่ 4 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในความมุ่งหมายนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่งเสริมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

รัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ สนับสนุนให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาสินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อรกนก มณฑิเตอร์, 2560) ที่พบว่า ควรมีผลิตภัณฑ์ที่เป็น OTOP ของชุมชน อนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านเอาไว้เช่นเดิม ยังมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ส่งเสริมระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่ให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อัญชลี สมใจ และคณะ, 2563) ที่พบว่า ในข้อเสนอแนะ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรร่วมมือกันวางแผนในเรื่องของการจัดการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเดินทาง และที่พัก เพื่อให้ตำบล บางโฉลงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแนวนโยบายเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและให้ความช่วยเหลือการสร้าง Branding การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครยังมีความหลากหลาย อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทสันทนาการและบันเทิง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีงานประเพณีที่สำคัญ คือ งานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและงานประเพณีแห่ดาวคริสต์มาส มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น เครื่องจักรสาน ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น มีชนเผ่าพื้นเมือง จำนวน 6 เผ่า และ 2 เชื้อชาติ มีทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ คือ หนองหาร และมีวิถีชีวิตชุมชนริมหนองหารที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีการคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบกและทาง

อากาศ (มีรถประจำทาง และเครื่องบิน) และโลกในยุคดิจิทัล ที่มีความนิยมใช้อินเตอร์เน็ตและโลกสังคมออนไลน์ ทำให้การรู้เรื่องการท่องเที่ยวมีการเผยแพร่ไปได้กว้างมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

ปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมาทำให้การเดินทางหยุดลง ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยส่งผลต่อการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวที่ลดลงตามไปด้วย หลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปทั้งนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ จนมีแนวโน้มปรับเป็น New Normal ผลกระทบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้แต่ละจังหวัดทำการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงขาดการสนับสนุนและงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายป่าน จักขุจินดา และคณะ, 2563) ที่พบว่า อุปสรรคที่พบ ได้แก่ งบประมาณล่าช้า และขาดการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ยิ่งรัตน์ สระแก้ว, 2563) ที่พบว่า ควรสนับสนุนงบประมาณ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และในส่วนผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลในการทำการตลาด และการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล, 2561) ที่พบว่า ไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและจริงจัง ขาดการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนด้านการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้กฎหมายของหน่วยงานราชการในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เนื่องจากข้อกำหนด/ข้อห้าม ไม่มีการยืดหยุ่นให้กับผู้ประกอบการ ยังมีปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง รวมถึงปัญหาสภาพอากาศฝุ่น PM 2.5 ในหลายจังหวัดของประเทศไทยและจังหวัดสกลนครก็เป็น 1 ในนั้น และปัญหาที่ยังแก้ไม่ได้คือสภาพลักษณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าภาคอีสานแห้งแล้งไม่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร เป็นการท่องเที่ยวแบบจัดตั้ง ต้องมีการจองล่วงหน้า จ่ายค่ามัดจำ ไม่สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้หากไม่มีการจองล่วงหน้า และส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเป็นกลุ่มศึกษาคูงานเป็นหลัก รองลงมาคือการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ปัญหาการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่ยังขาดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ขาดความต่อเนื่องในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายป่าน จักขุจินดา และคณะ, 2563) ที่พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการนำแผน ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 3 ธรรม จังหวัดสกลนคร ไปสู่การปฏิบัติ ปัญหาที่พบ ได้แก่ การขาดความต่อเนื่อง และความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ปัญหาทางโครงสร้างพื้นฐาน และความต่อเนื่องการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว ที่มีความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนและระหว่างชุมชน ปัญหาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอ ทำให้ศักยภาพจำนวนมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นมีจำกัด ขาดความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวรวมถึงประชาชนชาวบ้านที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับ

นักท่องเที่ยวได้ ปัญหาการหลอกลืนแบบด้านวัฒนธรรม ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน คนในชุมชน มีการค้นหาตัวตน อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน เพื่อนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงเรื่องชาติพันธุ์ที่ยังไม่ชัดเจน เช่น การแต่งกายของแต่ละชนชนเผ่า การละเล่นของแต่ละชนเผ่า มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับมาตรฐาน เช่น การให้บริการของพนักงานในร้านอาหาร การให้บริการในที่พัก รวมถึงที่พักโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานการขึ้นทะเบียน เป็นต้น จุดบริการนักท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย ป้ายสื่อความหมายที่ถูกต้อง ร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารเล็กๆ ในหมู่บ้าน เป็นต้น การคมนาคมระหว่างจังหวัดยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากถนนเชื่อมระหว่างจังหวัดบางช่วงยังเป็นเส้นทาง 2 ช่องจราจร ส่วนการเดินทางจากตัวเมือง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยรถประจำทางเป็นไปด้วยความลำบาก เนื่องจากรถโดยสารมีจำนวนน้อย และไม่ได้วิ่งตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ และยังไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ (หนองหาร) อย่างเพียงพอ

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนครมีแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวแบบขึ้นบันไดกล่าวคือ

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่มากนักและยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ นักท่องเที่ยวเดินทางมาและพำนักตามสถานพักแรมมากช่วงที่มีการจัดงาน หรือกิจกรรมประเพณีสำคัญ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563) ปัจจุบันมีการยกการท่องเที่ยวให้ตั้งอยู่บนกรอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 ธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญยิ่ง แต่จากสถิติกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำระหว่างที่อยู่ในจังหวัดสกลนครนั้น กลับพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังถูกจัดว่าได้รับความนิยมนจากนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งมีสัดส่วนห่างจากอันดับที่ 1 มากถึงเกือบ 3 เท่า โดยอันดับที่ 1 ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85.45 ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลับมีเพียงร้อยละ 30.88 (รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สวนเพลง, 2559) จังหวัดสกลนครมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่ไม่รุนแรงนัก หลังจากการเปิดประเทศ ผู้คนมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เศรษฐกิจของจังหวัดสกลนครค่อยๆ ฟื้นตัว ด้วยการร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว โดยเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ร่วมแลกเปลี่ยน

เรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และ ธนัสภา โจรนตระกูล, 2565) ที่พบว่า มีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมร่วมกับคนในชุมชนในการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ มีการปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นและมีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและทันสมัย (Bob Mckercher and Edward Koh, 2017) ที่พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้เกิดความต้องการที่จะมาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2561) ที่พบว่า จัดกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติภายใต้บรรยากาศของวิถีชุมชนดั้งเดิม เพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยมีผู้นำชมซึ่งเป็นคนในชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูล รวมถึงการนำเสนอการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ นักท่องเที่ยว

2. ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price)

สินค้าทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ถ้าเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆ ถือว่าราคาไม่สูงมาก นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ หากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันควรมีมาตรฐานราคาอยู่ในเกณฑ์เดียวกัน และมีการแจ้งราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือหลอกขายสินค้าเกินราคา สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ลิปดา สรรพนิล, 2561a). พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ให้ร้านอาหารต่างๆ ที่มีรูปแบบหรือมาตรฐานร้านใกล้เคียงกันให้จำหน่ายอาหารในราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place)

การพัฒนาการคมนาคมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางที่ไม่ได้มีการเดินรถตามตารางเวลาที่ชัดเจน นอกจากนั้นเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลได้ง่าย เช่น ช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และ ธนัสภา โจรนตระกูล, 2565). ที่พบว่า การสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดย ผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้หลายช่องทางที่ง่ายต่อการเข้าถึง โดยการ ประชาสัมพันธ์ในนั้นต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Vila T.D. Vila N.A., 2018)

บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเครื่องมือหลักในการค้นหาข้อมูล และสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้อีกด้วย และจัดให้มีแผนผังแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้

4. ด้านการส่งเสริมการขายทางท่องเที่ยว (Promotion)

การเพิ่มช่องทางการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ เช่น สื่อออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ อาทิเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 การเขียนรีวิวของบล็อกเกอร์ ฯลฯ สื่อออฟไลน์ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประกาศ ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อัญชลี สมใจ และคณะ, 2563) ที่พบว่าพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นให้ทันกับยุคปัจจุบัน (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล, 2561) พบว่า เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายเข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Nuchpravee Likitsarun, 2562) ที่พบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดพิบูลย์รักษ์ขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่สายตานักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมจึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมทั้งการเตรียมบุคคลากรที่สามารถตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยวได้ทุกด้าน รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ

5. ด้านบุคลากรทางท่องเที่ยว (People)

การจัดฝึกอบรมบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครและพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวในทุกด้าน รวมทั้งการแสดงออกถึงความเป็นมิตรเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของเจ้าบ้านและผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ, 2559) ที่พบว่า การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนท้องถิ่นที่จะต้องให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปรีชญากรณ์ ไชยคชและคณะ, 2558) ที่พบว่าชุมชนควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและการฝึกอบรมการให้บริการนักท่องเที่ยวแก่กลุ่มที่เกี่ยวข้อง

6. ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

การพัฒนาขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในทุกจุดที่มีความเสี่ยง และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ลิปดา สรรพนิล, 2561a) พบว่า

นักท่องเที่ยวดูได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า มีความต้องการให้มีการพัฒนาในเรื่องการเพิ่มจุดเจ้าหน้าที่หรือช่องทางในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายในกรณีฉุกเฉิน การติดตั้งไฟแสงสว่าง และ CCTV ให้เพียงพอในจุดท่องเที่ยวสำคัญๆ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence)

การปรับปรุงภูมิทัศน์ ให้เหมาะกับการท่องเที่ยวตลอดปี สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร พร้อมทั้งการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฐพร ภูแต่มนิล และคณะ, 2565) ที่พบว่า ควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ทางด้านวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่มาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และควรมุ่งเน้นการปรับปรุงที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อการทำลายคุณค่าวัฒนธรรม และการเพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว จุดพักผ่อน ป้ายบอกข้อมูลความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อุทัยวรรณ ภูเทศ, 2562b) ที่พบว่า ควรมีป้ายบอกทาง ป้ายเชิญชวน ป้ายประชาสัมพันธ์หลายจุด และแผนที่เส้นทางที่จะ ไปเชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง

ผลที่ได้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความต้องการในการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ปรับปรุงระบบประปาให้มีน้ำใช้เพียงพอ โดยมีตั้งงบประมาณในการดำเนินการแก้ไขปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน
2. ด้านเศรษฐกิจ มีความต้องการในการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน โดยมีการจัดโครงการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องอาชีพให้ชุมชน ส่งเสริมอาชีพเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
3. ด้านศาสนา วัฒนธรรม มีความต้องการในการการอนุรักษ์ สืบสานประเพณีในท้องถิ่น ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาและวัฒนธรรมในโรงเรียนอย่างจริงจัง โดยมีการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และมีการจัดกิจกรรม/เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมลุ่มหนองหาร
4. ด้านความมั่นคง มีความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยมีการการติดตั้งกล้อง CCTV ให้ครอบคลุม และจัดหน่วยงานความมั่นคง เช่น ทหาร ตำรวจ ฝ่ายปกครอง เพิ่มความเข้มงวด กวดขันในพื้นที่ให้มากขึ้น
5. ด้านการท่องเที่ยว และบริการ มีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ โดยมีการของบประมาณจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการไปใช้ประโยชน์

1.1 การวิจัยนี้เป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร โดยการเก็บรวบรวมรายละเอียดนโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงาน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเผยแพร่หรือพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครต่อไป

1.2 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน สามารถนำเอาศักยภาพของของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร และสามารถจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนในการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

1.3 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทราบถึงนโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการจังหวัดสกลนครเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครได้

1.4 หน่วยงานภาครัฐ ทราบถึงความคิดเห็นของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร และสามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครได้

1.5 หน่วยงานภาคเอกชนได้รับทราบถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลในการส่งเสริมและออกแบบกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างรายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

1.6 หน่วยงานภาครัฐได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงบูรณาการจังหวัดสกลนครเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ผู้ที่สนใจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ซึ่งในการต่อยอดงานวิจัยในอนาคตนั้น ทางจังหวัดอาจจะมีการขยายไปยังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นเพื่อนเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร

2.2 งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอนาคต อาจจะมีการศึกษาเพิ่มเติมผ่านทัศนคติและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งอาจทำให้ได้ทัศนคติและความต้องการที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

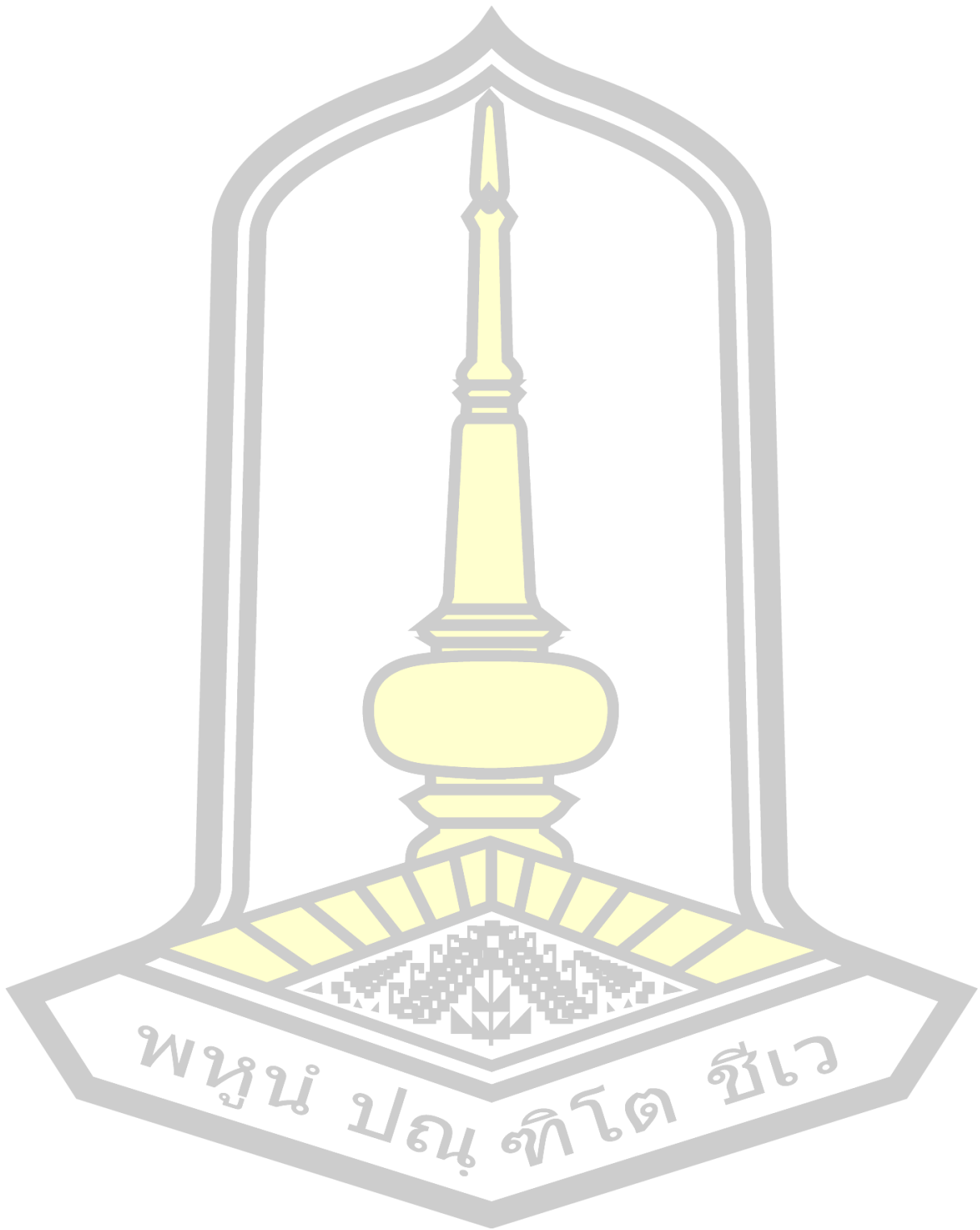
2.3 งานวิจัยฉบับนี้มีการออกแบบเป็นภาษาไทย สามารถต่อยอดในรูปแบบ ภาษาต่างประเทศ เพื่อการใช้งานได้ในหลายภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัด สกลนคร

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนานกว่าปกติ และทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป



บรรณานุกรม



เกริกกิต ชัยรัตน์ และคณะ. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(5), 111-124.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 3(3), 74-83.

กรมการท่องเที่ยว. (2556). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย. สำนักงานกิจการโรมมิ่งองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์: กรุงเทพมหานคร.

กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2561). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา : เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563, 10 มีนาคม 2563). สถิตินักท่องเที่ยว. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411

กระทรวงการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์. (2558). แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 - 2568 (ASEAN Tourism Strategic Plan). Retrieved from สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพฯ:

กลุ่มแปลงเกษตรลอยน้ำ. (2566). แปลงผักลอยน้ำ บ้านน้ำพุ ต.บ้านแป้น อ.โพนนาแก้ว จ.สกลนคร Retrieved from

http://bannumpu.bcsnru.com/%E0%B9%81%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%9C%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3/?fbclid=IwAR31uLffW6jpUljOghPIOILtO_GyhHZexTpk3y_CCjSUy8hRWrdmIvtb4

กองกลยุทธ์การตลาด, งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ. (2566, 14 กันยายน 2566). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ (เดือนมกราคม-มีนาคม 2566). Retrieved from <https://tatreviewmagazine.com/article/dom-q2-2023/>

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์. (2565). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองรองในภาคเหนือ การประเมินศักยภาพในจังหวัดน่าน ลำปาง เพชรบูรณ์. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 24-36

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563a). ศูนย์วัฒนธรรมไทยโส้. Retrieved from <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%A8%E0%B8%B9%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%82%E0%B8%AA%E0%B9%89>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563b). สะพานขอม (สะพานหิน) Retrieved from <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%AA%E0%B8%B0%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%A1-%E0%B8%AA%E0%B8%B0%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B%E0%B8%B4%E0%B8%99>

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2561). การศึกษาศักยภาพและสร้างรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชนเทศบาลตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(28), 85-97.

คัมภีร์พรรณ จักรบุตร และชัยธวัช ศิริบรรพพิทักษ์. (2566). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามประเทศไทย. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 13(2), 131-143.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน): กรุงเทพมหานคร.

ชนพัฒน์ ช่วยครุฑและคณะ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 187-201.

ชมพูนุท สมแสน และคณะ. (2562). พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนอมผ้าคราม จังหวัดสกลนคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(2), 184-198.

ชวัลนุช อุทยาน. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. Retrieved from <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

ชุติกายุจน์ กันทะอุ. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน : กรณีศึกษา บ้านร่องฟอง ตำบลร่องฟอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

- ณัฐพร ภูแต่มนิล และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์. *Journal of Modern Learning Development*, 7(8), 269-286.
- ดรชรณี เอมพันธุ์ และเรณูภา รัชโน. (2550). รายงานการวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่. Retrieved from มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร:
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระและคณะ. (2561). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 10(1), 65-80.
- ธวัชชัย สุวรรณสาร. (2558). ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง Viral Marketing. Retrieved from <http://www.coachtawatchai.org/2013/07/viral-marketing.html>
- บ้านน้ำพุ. (2018). ประวัติและความเป็นมาของ บ้านน้ำพุ. Retrieved from <http://bannumpu.bcsnru.com/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548a). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เพรส แอนด์ ดีไซน์: กรุงเทพมหานคร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548b). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด: กรุงเทพมหานคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. สุวีริยาสาส์น: กรุงเทพมหานคร.
- ปฐมา หาเรือนทรง. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2563). “เที่ยวตัวปลิวซิลิโคน” รุกสู่ 20 จังหวัดเมืองหลัก-เมืองรอง. Retrieved from <https://www.prachachat.net/local-economy/news-414794>
- ปรัชญาภรณ์ ไชยคชและคณะ. (2558). ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านต้นหยงลูโละ ตำบลต้นหยงลูโละ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี. Paper presented at the การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6, มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่.
- ปาริฉัตร อัจจะนิล. (2554). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น: ขอนแก่น.
- ปิ่นอนงค์ แก้ววาน้อย และผกาภาศ ชัยรัตน์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดลพบุรี. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(5), 295-308.

- บุญยงษ์ ลิหะสุวรรณ และคณะ. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(5), 11- 24
- พงศวุฒิ ละลองพานิช. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโมอามี บาซาร์ บางปู. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, พิพิธภัณฑ์เมืองสกลนคร. (2566). ปิดเทอมอย่างสร้างสรรค์. Retrieved from https://happyschoolbreak.com/sakon_nakhon_museum/
- พิมพ์วรรณ สุ่มขำ. (2565). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดน่าน. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, พิเศษย์ จัตุรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2566). ส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยและ พัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 18(63), 29-37.
- พิศลยา ลักษณะโกเศศ. (2561). แนวทางการพัฒนาย่านพิพิธภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เขตพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- พูนทรัพย์ เศษศรี และคณะ. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร. วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(1), 56-73.
- ภาคินิษา อภิศุภกรกุล และคณะ. (2550). โครงการการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชื่อมโยงกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปีในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้. สำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย: กรุงเทพมหานคร.
- ภาสกร จวนสาธ. (2563). การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าลั้ง จังหวัดอุบลราชธานีและชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัดสกลนคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร,
- มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ. (2559). รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม: ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี, 12(3), 12-24.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี. In. ยิ่งรัตน์ สระแก้ว. (2563). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นที่ตำบลดินจี่ อำเภอม่วงคำ จังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
- รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สนวนเพลิง. (2559). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในกลุ่มจังหวัดสนุก (สกลนคร-นครพนม-มุกดาหาร).

- รุ่งราตรี อึ้งเจริญและชวลีย์ ณ ถกลาง. (2560). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 133-148.
- ลัดดา พูนสวัสดิ์มงคล และทิสวรรณ ชูปัญญา. (2566). แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง. วารสารตำหนักมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 1(1), 72-89
- ลิปดา สรรพนิล. (2561a). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ. ชนอม จ.นครศรีฯ.
- ลิปดา สรรพนิล. (2561b). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ. ชนอม จ.นครศรีฯ. 1-10.
- วัชรภรณ์ รัชชศิริ. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์กรุงเทพมหานคร (ปริญญาานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร
- วัชรินทร์ เกิดทรัพย์และคณะ. (2561). พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. บทความวิจัย วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 4(2), 127- 138
- วัลย์ลิกา เจริญศิลป์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยพะเยา,
- วิจิตรา บุญแล และคณะ. (2564). การศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดจันทบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 26(1), 46- 55.
- วินิธา พานิชย์. (2552). การวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนรอบหนองหารอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร,
- วิภา ศรีระทุ. (2551). กยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์. สารนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: กรุงเทพมหานคร.
- วิวัฒน์ชัย บุญยศักดิ์. (2550). ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช: นนทบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546a). โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: อักษร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546b). การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพมหานคร: อักษร.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546c). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุง 46. โรงพิมพ์ธรรมสาร: กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศิวธิดา ภูมิวรมณี. (2562). แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(1), 184-201.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.: กรุงเทพมหานคร.
- ศูนย์หนองหารศึกษา. (2561). โครงการสำรวจและจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเกาะดอนหนองหาร จังหวัดสกลนคร. Retrieved from มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร: <https://rdi.snru.ac.th/topics/5534>
- ศูนย์หนองหารศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์ และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2561). โครงการสำรวจและจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเกาะดอนหนองหาร จังหวัดสกลนคร. สกลนคร.
- สมศักดิ์ ตันติเศรณี และคณะ. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของย่านเมืองเก่าในเขตเทศบาลนครสงขลา. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 9(2), 361-400.
- สมหทัย จารุมลิตนท. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สันต์ทัศน์ เพ็ญจันทร์. (2563). ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดพิพิธภัณฑสถานโบราณล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. Paper presented at the การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11: Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020.
- สายป่าน จักขุจินดา และคณะ. (2563). การนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 3 ธรรม จังหวัดสกลนครไปสู่การปฏิบัติ. วารสารชุมชนวิจัย, 14(3), 222-234.
- สำนักงานจังหวัดสกลนคร. (2563a). แผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร. Retrieved from <http://www.sakonnakhon.go.th/officeprovince/plan4.html>
- สำนักงานจังหวัดสกลนคร. (2563b, 10 มีนาคม 2563). แผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร. Retrieved from <http://www.sakonnakhon.go.th/officeprovince/plan4.html>

- สำนักงานจังหวัดสกลนคร. (2566). แผนปฏิบัติราชการประจำปีของจังหวัดสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. Retrieved from <https://web.sakonnakhon.go.th/article/624>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *Tourism Economic* รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร. (2563, 10 มิถุนายน 2563). บทที่ 1 สภาพทั่วไปของจังหวัดสกลนคร. Retrieved from <https://www.m-culture.go.th/sakonnakhon/images/ITA/O4.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร. (2563). สภาพทั่วไป จังหวัดสกลนคร. Retrieved from <http://www.sakonlocal.go.th/page.php?id=1664>
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2563). สถิติทางการทะเบียน. Retrieved from <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2556). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: กรุงเทพมหานคร.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ และเทียนวัน แนบตู้. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกรณีศึกษา : บ้านโนนข่า อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. วารสารที่ทัศน์วัฒนธรรม สำนักศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 16(1).
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี. มหาวิทยาลัยศิลปากร,
- สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (*Tourist Behavior*). มหาวิทยาลัยขอนแก่น: ขอนแก่น.
- สุวิมล ทิรกานันท์. (2550). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแป้น. (2563). สวนสาธารณะบ้านแป้น สกลนคร Retrieved from <https://banphanlocal.go.th/district-tour/3435/>
- อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และ ธนัสถา โรจนตระกูล. (2565). การพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วมสู่ชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. *Journal of Modern Learning Development*, 7(8), 414-430.

- อรกนก มณเฑียร. (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 31.
- อัญชลี สมใจ และคณะ. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางไฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. ศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 15(2), 13-27.
- อุทัยวรรณ ภูเทศ. (2562a). แนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดหนองโพ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 6(2), 96-104.
- อุทัยวรรณ ภูเทศ. (2562b). แนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดหนองโพ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 6(2), 96-104.
- A. Maslow. (1970). *Motivation and Personality*. Harper and Row Publishers: New York.
- B.H., & Bitner, M. J. Boom,. (1981). *Marketing strategies*. Paper presented at the American Marketing Association, Chicago.
- Balance, The. (2562, 4 มกราคม 2019). สกลนคร ขึ้นแท่นเมืองรองยอดนิยม. Retrieved from <https://www.balancemag.net/17663/>
- Bob Mc Kercher and Edward Koh. (2017). Do attractions “attract” tourists? The case of Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 661-671.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S., . (2018). Effects of tourists’ local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Doaa Salman Yasser Tawfik Mohamed Samy Andrés Artal-Tur. (2017). A new marketing mix model to rescue the hospitality industry: Evidence from Egypt after the Arab Spring. *Future Business Journal*, 3, 47-69.
- Facebook. (2566). สกลนครชิตี้. Retrieved from <https://www.facebook.com/sakonnakhon/posts/4408091712550890>
- Floating Gardens. (2566). แปลงผักลอยน้ำ บ้านน้ำพุ ต.บ้านแป้น อ.โพนนาแก้ว จ.สกลนคร Retrieved from <http://bannumpu.bcsnru.com>

- Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B., (2009). *Tourism: Principles. Philosophies Wiley*.
- Greg Richards. (2005). *Cultural Tourism in Europe*. Retrieved from <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF>
- greg richards. (2007). *Cultural Tourism: Global and local perspectives*.
- Joan Henderson. (2009). *The meanings, marketing and management of heritage tourism in Southeast Asia*.
- K. R. Hitchcock. (1997). *Cultural, Economic and Environmental Impacts of Tourism Among Kalahari Bushmen*. University of New York Press,
- Khatab J. J. Esmael E. S. & Othman. (2019). *Economic and Environmental Impacts of Tourism Among Kalahari Bushmen*. State University of New York Press,
- Krejcie R. V. and Morgan D. W. (). (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*, 607 – 610
- M. E. Prayogi M. A. & Sari M. Azhar. (2018). *The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir*.
- M. Siakalli A. Masouras and C. Papademetriou. (2017). e-Marketing in the Hotel Industry: Marketing Mix Strategies. Springer International Publishing. *Strategic Innovative Marketing*, 123-129.
- Mahfuzur Rahman Mohammad Shariful Islam Md. Al Ami Rebaka Sultana & Md. Imran Talukder. (2019). Effective Factors of Service Marketing Mix on Tourist Satisfaction: A Case Study. *Canadian Center of Science and Education. Asian Social Science, 15(7)*, 1-15.
- Melanie Kay Smith. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies Motivation for Cultural Tourism, Ethnic Cultural Tourism and Sustainable Management of*. [researchgate](https://www.researchgate.net/publication/266211111).
- museum thailand. (2563). ศูนย์วัฒนธรรมไท้ลื้อ อำเภอกุสุมาลย์. Retrieved from <https://www.museumthailand.com/th/museum/So-Ethnic-Group-Cultural-Center>
- Nana Srithammasak & Supaphorn Akkapin. (2561). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(1)*, 27-35.
- Nuchpravee Likitsarun. (2562). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 14(1)*, 28-41.

P. and Armstrong, G. Kotler. (2005). Principles of Marketing. *Open Access Library Journal*, 7(9).

Pere Mercadé Melé Jesús Molina Gómez Maria José Sousa. (2020). Influence of sustainability practices and green image on the re-visit intention of small and medium-size towns. *Sustainability*, 12, 930.

R., Griffin, K., & Morpeth, N Raj.,. (2013). Cultural Tourism: Issues and Policies. *Cultural Tourism. UK: GABI*.

sanook.com. (2560). เสน่ห์ชุมชนไทยไม่ไปไม่รู้ "หมู่บ้านชาวภูไทแสนหิโนแดนอีสาน" จ.สกลนคร. Retrieved from <https://www.sanook.com/travel/1402817/>

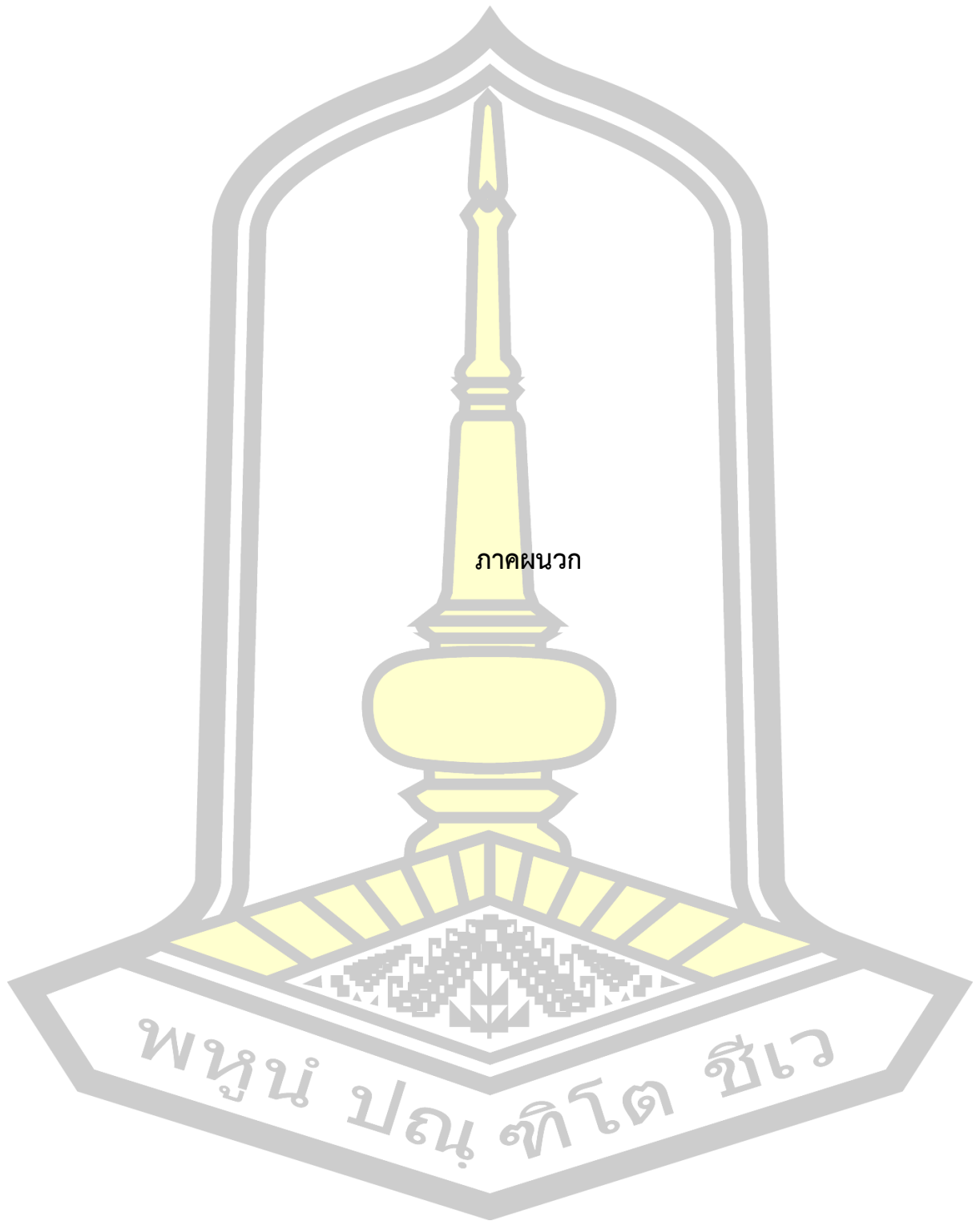
Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn. (2560a). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(1), 27-35.

Supattra Huabcharoen & Nantinee Thongorn. (2560b). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 12(2), 82-93.

Vila T.D. Vila N.A. (2018). The Role of the Internet as a Tool to Search for Tourist Information. *Glob. Inf. Manag*, 26, 58-84.

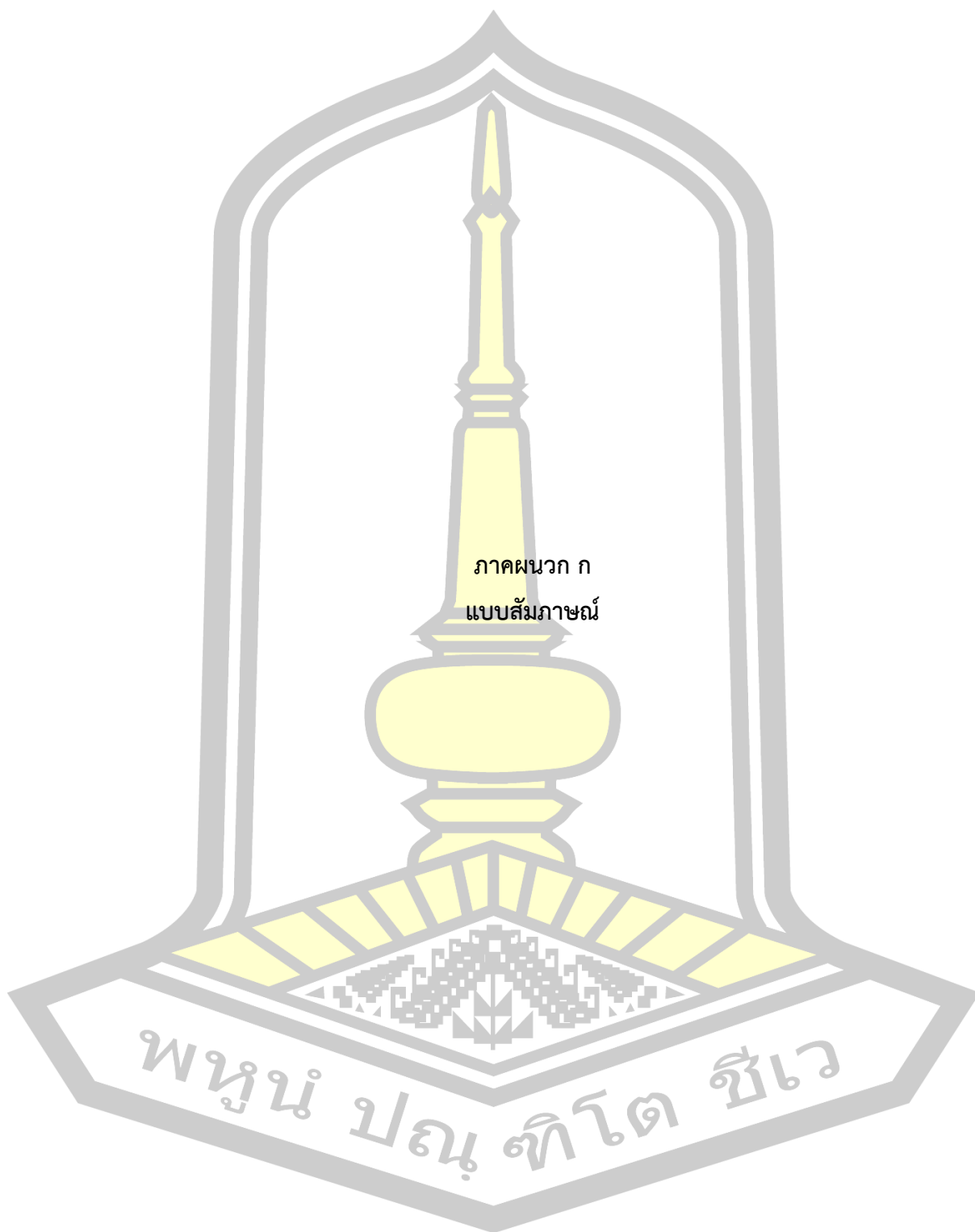
wongnai. (2562). โบสถ์อาสนวิหารอัครเทวดามีคาแอล. Retrieved from <https://www.wongnai.com/reviews/3c0b0c7d27254601a4210a298e889648>





ภาคผนวก

พหุ ประจักษ์ ชัยเว



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

พหุ ประถม ชาติ ชีวะ

ECMSU01-05.04

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการสัมภาษณ์)
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวชมพูนุท สมแสน นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการศึกษาโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” (The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด อีกทั้งสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครและสามารถเป็นตัวอย่างในการนำไปใช้ประโยชน์กับจังหวัดอื่นๆต่อไป

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอสัมภาษณ์ในประเด็นการศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร่วมสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่อยู่ สถานที่สัมภาษณ์ วันที่สัมภาษณ์ เป็นต้น ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งหมดจำนวน 13 ข้อ โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 15-20 นาที โดยจะขอสัมภาษณ์ที่หน่วยงานของอาสาสมัครแต่ละคน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียง และจะดำเนินการทำลายข้อมูลภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่านแต่ประการใด

ข้อมูลในการสัมภาษณ์จะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

ในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านจะได้รับของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมูลค่า 300 บาท จำนวน 1 ชิ้น หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวชมพูนุท สมแสน คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์ 065-2293654

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ECMSU01-05.04

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

.....
(นางสาวชมพูท สมนาน) มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย
ผู้วิจัย





แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพื่อศึกษานโยบายหรือแนวทางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เพื่อใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 นโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

นางสาวชมพูนุท สมแสน
นิสิตปริญญาเอกคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



นางสาวชมพูนุท สมแสน
โทรศัพท์ 06-5229-3654
E-mail : chompoo4020@gmail.com

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ - นามสกุล..... อายุ..... ปี
2. อาชีพ/ ตำแหน่ง/ หน้าที่.....
3. วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....
4. สถานที่สัมภาษณ์
5. สังกัดปัจจุบัน.....
6. ระยะเวลาที่ทำงานในหน่วยงาน.....
7. หน้าที่และความเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว.....

ตอนที่ 2 นโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. วัตถุประสงค์ของนโยบาย

1.1 ปัจจุบันหน่วยงานของท่านมีการดำเนินงานด้านนโยบายหรือแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครอย่างไรบ้าง

1.2 วัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครในหน่วยงานของท่านประกอบด้วยอะไรบ้าง

2. ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

2.1 นโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครของหน่วยงานของท่าน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำไปปฏิบัติหน่วยงานใดบ้าง และมีประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านใดบ้าง

3. การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน

3.1 จากวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง ทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก

4. มาตรการการควบคุมและประเมินผล

4.1 หน่วยงานมีกิจกรรมหรือกระบวนการสำหรับมาตรการการควบคุมและประเมินผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานอย่างไรบ้าง

5. สมรรถนะขององค์กร

5.1 หน่วยงานมีความชำนาญในด้านที่สุด และสมรรถนะของหน่วยงานสามารถสร้างความได้เปรียบหรือความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครได้หรือไม่อย่างไร



ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางสาวชมพูนุท สมแสน เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” โดยข้อความที่อธิบาย ประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้า ต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วม การวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับ อาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม/ให้สัมภาษณ์/เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อ สงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัว เป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทาง วิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถ ถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิ์ใดๆ ที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไป ในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

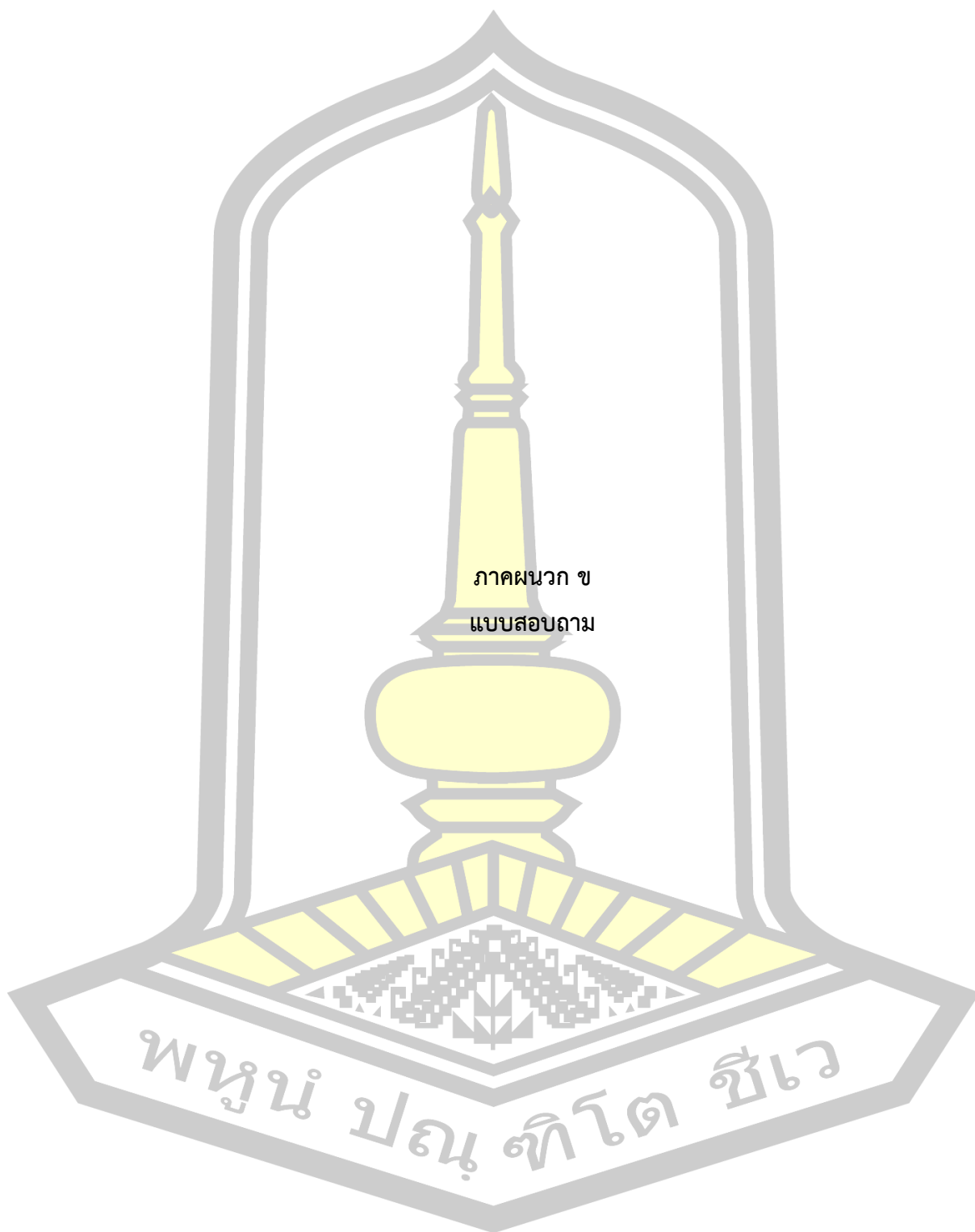
วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

วันที่.....





ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

พหุบัณฑิตยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวชมพูนุท สมแสน นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการโรงแรมและภัตตาคารท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” (The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร

ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด อีกทั้งสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร และสามารถเป็นตัวอย่างในการนำไปใช้ประโยชน์กับจังหวัดอื่นๆต่อไป

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถามในประเด็นการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) รวมทั้งหมดจำนวน 25 ข้อ โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5-10 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยจะไปเก็บด้วยตนเอง ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านดำเนินการเก็บข้อมูล

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการปฏิบัติงานของท่านแต่ประการใด

ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

ในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านจะได้รับของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมูลค่า 66.50 บาท จำนวน 1 ชิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวชมพูนุท สมแสน คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์ 065-2293654

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ECMSU01-05.03 Update 2021

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

.....
(นางสาวชมพูนุท สมแสง)
ผู้วิจัย



แบบสอบถามเลขที่.....



แบบสอบถามสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

.....

คำชี้แจง

1. จุดประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนครกทุกก
2. ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็น โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง สำหรับเลือกตอบ หรือทำเครื่องหมาย ○ ในตัวเลขสำหรับเลือกตอบ และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมลงในช่อง
3. ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ซึ่งผลการศึกษาจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวชมพูนุท สมแสน
นิติปรัชญาเอกคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคามนางสาวชมพูนุท สมแสน
โทรศัพท์ 06-5229-3654
E-mail : chompoo4020@gmail.com

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. แหล่งท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูล

- 1) ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร
- 2) สะพานขอมหรือสะพานหิน
- 3) ศูนย์วัฒนธรรมไทยไล้
- 4) ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยหีบ
- 5) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น
- 6) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ
- 7) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง
- 8) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด
- 9) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่

2. เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

3. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี
- 2) 21 - 30 ปี
- 3) 31 - 40 ปี
- 4) 41 - 49 ปี
- 5) 50 - 60 ปี
- 6) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา
- 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
- 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย
- 4) ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 3) ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน
- 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 5) เกษียณอายุราชการ
- 6) เกษตรกร
- 7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....



ตอนที่ 2 : การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย O ในตัวเลขที่ตรงกับทัศนคติท่านมากที่สุด

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	
องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	
1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	
1.1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	
หมายเหตุ พิจารณาจากเอกลักษณ์เฉพาะตนทางวัฒนธรรม ความแตกต่างของวิถีชีวิตจากชุมชนอื่น และคุณค่าที่ควรอนุรักษ์และสืบสานต่อไป เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย วิถีชีวิต การแต่งกาย ลักษณะของกิจกรรม ประเพณีที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ลักษณะสิ่งประดิษฐ์ ระเบียบแบบแผนในการดำรงชีพร่วมกัน ฯลฯ	
ดัชนี	คะแนน
- มีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป	1
- มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด	2
- มีเอกลักษณ์ระดับภาค	3
- มีเอกลักษณ์ระดับชาติ	4
- มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น	5
คะแนนที่ได้	
1.1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี	
หมายเหตุ พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นในแต่ละปีซึ่งแสดงถึงการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่	
ดัชนี	คะแนน
- กิจกรรมที่จัดขึ้นเริ่มจัดได้เพียง 1-2 ครั้ง	1
- มีการจัดกิจกรรม 2- 3 ปีต่อครั้ง และเริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี	2
- มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปีแต่เริ่มจัดกิจกรรมมาไม่เกิน 10 ปี	3
- มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี และจัดต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี	4
- มีการจัดกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้งต่อปีและจัดต่อเนื่องกันทุกปี โดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี	5
คะแนนที่ได้	



1.1.3 ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม	
<p>หมายเหตุ ความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการสร้างประทับใจแก่ผู้พบเห็น พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมนั้นๆ อาทิเช่น การแต่งกาย รูปแบบกิจกรรม ศิลปกรรมของงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ฯลฯ</p>	
ดัชนี	คะแนน
- มีความงดงาม ประทับใจ น้อยที่สุด	1
- มีความงดงาม ประทับใจ น้อย	2
- มีความงดงาม ประทับใจ ปานกลาง	3
- มีความงดงาม ประทับใจ มาก	4
- มีความงดงาม ประทับใจ มากที่สุด	5
คะแนนที่ได้	
1.1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากความยาวนานของการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้มาตั้งแต่อดีตและยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยจะเห็นได้จากวิถีชีวิต การแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาไปบ้าง แต่ยังมีบางกลุ่มในชุมชนที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญาเหล่านั้นอยู่อย่างเห็นได้ชัด</p>	
ดัชนี	คะแนน
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่	1
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยรัตนโกสินทร์	2
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	3
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	4
- เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นสมัยก่อนประวัติศาสตร์	5
คะแนนที่ได้	
1.1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีหลักฐานสามารถสืบค้นได้	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากยุคสมัยที่ภูมิปัญญาและองค์ความรู้เกิดขึ้นและการมีประวัติศาสตร์สืบเนื่องยาวนานมาเป็นวัฒนธรรม ประเพณีจนถึงปัจจุบัน โดยมีหลักฐานที่สามารถสืบค้นได้</p>	
ดัชนี	คะแนน
- เกิดขึ้นปลายสมัยรัตนโกสินทร์	1
- เกิดขึ้นต้นสมัยรัตนโกสินทร์	2
- เกิดขึ้นสมัยอยุธยา	3
- เกิดขึ้นสมัยสุโขทัย	4
- เกิดขึ้นก่อนสมัยสุโขทัย	5
คะแนนที่ได้	



1.1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น	
หมายเหตุ พิจารณาความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การมีประเพณี ความเชื่อ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน	
ดัชนี	คะแนน
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อยมาก โดยชุมชนไม่ค่อยให้ความสนใจ	1
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อย มีเพียงบางส่วนให้ความสนใจ	2
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนปานกลาง โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการต่างๆ เป็นประจำทุกปี	3
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง โดยมีการจัดงานหรือพิธีการ เป็นประจำทุกปี และมีชุมชนใกล้เคียง เข้ามาร่วมงานด้วย	4
- มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการเป็นประจำทุกปีและมีชื่อเสียงในระดับประเทศ	5
คะแนนที่ได้	
1.1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์	
หมายเหตุ พิจารณาจากชุมชนท้องถิ่นมีความสนใจในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน รวมถึงการมีหน่วยงานและองค์กรจากภายนอกให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น	
ดัชนี	คะแนน
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมขนาดเล็ก 1 กลุ่ม โดยชุมชน แต่การดำเนินงานยังไม่มีความชัดเจน	1
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 1 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	2
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน และมีการดำเนินงานที่ชัดเจน	3
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม	4
- มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย	5
คะแนนที่ได้	
1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม	
1.2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัยของเส้นทางของเส้นทางเข้าถึง ความลาดชัน ความแคบของถนน และความปลอดภัย	
ดัชนี	คะแนน
- มีทางเข้าถึงได้แต่ไม่สะดวก	1
- มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง แต่สามารถใช้ความเร็วได้ไม่เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง	2



- มีทางเข้าถึงได้สะดวก รถเดินได้ 2 ทาง และสามารถใช้เวลาเร็วได้เกิน 30 กิโลเมตร/ชั่วโมง	3
- มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถยนต์นั่ง	4
- มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถทัศนาวจร	5
คะแนนที่ได้	
1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากปัจจัยในตัวแหล่งท่องเที่ยวเองหรือจากปัจจัยภายนอก โดยวัดจากสถิติการเกิดอันตราย เช่น น้ำท่วม สัตว์ดุร้าย ภัยจากโจรผู้ร้าย โรคระบาดอื่นๆ เป็นต้น	
ดัชนี	คะแนน
- มีเหตุอันตรายเกิดขึ้นบ่อยตลอดทั้งปี	0
- มีเหตุอันตรายทุกปีแต่เกิดขึ้นในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี	1
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี	2
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี	3
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี	4
- มีเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือมากกว่า	5
คะแนนที่ได้	
1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถจัดได้ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการที่มีกิจกรรมหลากหลาย จะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกทำกิจกรรมที่ตัวเองพอใจได้มากขึ้น ทั้งนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว	
ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม	1
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท	2
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท และบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น	3
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภท	4
- นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภทและบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น	5
คะแนนที่ได้	



องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	
2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	
หมายเหตุ พิจารณาจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ได้แก่ น้ำ ไฟ ถนน ที่พัก ฯลฯ เพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และข้อจำกัดในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	
ดัชนี	คะแนน
- ยังไม่มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	1
- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นบางช่วงเวลา และมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	2
- มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับปานกลาง แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	3
- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ในระดับดี แต่มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต	4
- แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก	5
คะแนนที่ได้	
2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก	
หมายเหตุ พิจารณาจากการมีกลุ่มองค์กรทั้งภายในและภายนอกในระดับต่างๆ ให้การสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มองค์กรท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน	
ดัชนี	คะแนน
- มีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชน เพื่อกำหนดนโยบาย วางแนวทางการจัดการท่องเที่ยว แต่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลที่ชัดเจน	1
- มีกลุ่มองค์กรท้องถิ่นให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	2
- มีหน่วยงาน กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และภาคเอกชนให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษาด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3
- มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4
- มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	5
คะแนนที่ได้	



องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ	
3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	
3.1.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากสภาพทั่วไปจากการดูแลรักษาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยว	
ดัชนี	คะแนน
- มีการดูแลรักษาในระดับน้อยมาก	1
- มีการดูแลรักษาในระดับน้อย	2
- มีการดูแลรักษาในระดับปานกลาง	3
- มีการดูแลรักษาในระดับดี	4
- มีการดูแลรักษาในระดับดีมาก	5
คะแนนที่ได้	
3.1.2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่	
หมายเหตุ พิจารณาจากดัชนี 3 ด้าน ดังนี้	
ก. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวน พื้นที่นันทนาการ และพื้นที่พักผ่อน	
ข. การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและ/หรือฤดูกาล	
ค. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ	
ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	0
- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและไม่เป็นระบบ	1
- มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค โดยมีระเบียบการปฏิบัติเป็นหลักฐานอยู่บ้าง แต่การปฏิบัติมีข้อบกพร่อง	2
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 1 ข้อ	3
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	4
- มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	5
คะแนนที่ได้	
3.1.3 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งท่องเที่ยว	
หมายเหตุ พิจารณาจากแผนการดำเนินงานติดตามและประเมินผลกระทบการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการติดตามและวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมถึงการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และความต่อเนื่องของการดำเนินงาน	



ดัชนี	คะแนน
- ไม่มีแผนการดำเนินงาน	0
- มีแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการติดตามวิเคราะห์ผล	1
- มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน แต่ไม่มีการดำเนินการอื่นๆ	2
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์และประเมินผล	3
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ ประเมินผล และมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	4
- มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี	5
คะแนนที่ได้	
3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว	
3.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว	
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่เหมาะสม ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว</p> <p>หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน</p>	
ดัชนี	คะแนน
- มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว	0 0.5 1
- มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0 0.5 1
- มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0 0.5 1
- มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	0 0.5 1
- มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้าง ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	0 0.5 1
คะแนนที่ได้	
3.2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	
<p>หมายเหตุ การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย</p> <p>หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5</p>	



คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน		
- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	0	0.5	1
- กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ	0	0.5	1
- มีการศึกษา วิจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่และนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งวัฒนธรรม	0	0.5	1
- มีการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลมาวางแผนทางการดำเนินการท่องเที่ยวที่ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีของคนในท้องถิ่น	0	0.5	1
- กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่กระทบต่อทัศนียภาพ	0	0.5	1
คะแนนที่ได้			
3.2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก หมายเหตุ พิจารณาจากกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่ให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว พนักงาน นำเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่โดยรอบ หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน		
- มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	0	0.5	1
- มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ	0	0.5	1
- มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	0	0.5	1
- มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และการอนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม	0	0.5	1
- มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	0	0.5	1
คะแนนที่ได้			
3.2.4 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว หมายเหตุ พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบต่างๆ หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5			



คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน		
- ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ	0	0.5	1
- ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	0	0.5	1
- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	0	0.5	1
- มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทหลักต่อการจัดการการท่องเที่ยว	0	0.5	1
คะแนนที่ได้			
3.2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว			
<p>หมายเหตุ พิจารณาจากการที่ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์และรายได้จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม</p> <p>หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุ ให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน</p>			
ดัชนี	คะแนน		
- ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	0	0.5	1
- ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	0	0.5	1
คะแนนที่ได้			

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ขอขอบคุณยิ่งในความอนุเคราะห์ข้อมูลของท่าน

เอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวชมพูนุท สมแสน นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำดับจังหวัดสกลนคร” (The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำดับจังหวัดสกลนคร

ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำดับจังหวัดสกลนคร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด อีกทั้งสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร และสามารถเป็นตัวอย่างในการนำไปใช้ประโยชน์กับจังหวัดอื่นๆต่อไป

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถามในประเด็นการศึกษาศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) รวมทั้งหมดจำนวน 43 ข้อ โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10-15 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยจะไปเก็บด้วยตนเอง ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านดำเนินการเก็บข้อมูล

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการปฏิบัติงานของท่านแต่ประการใด

ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

ในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านจะได้รับของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมูลค่า 66.50 บาท จำนวน 1 ชิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวชมพูนุท สมแสน คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์ 065-2293654

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ECMSU01-05.03 Update 2021

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

.....
(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

ผู้วิจัย



ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางสาวชมพูนุท สมแสน เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” โดยข้อความที่อธิบาย ประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้า ต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วม การวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับ อาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม/ให้สัมภาษณ์/เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อ สงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัว เป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทาง วิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถ ถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิ์ใดๆ ที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไป ในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

วันที่.....



แบบสอบถามเลขที่.....



แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

1. จุดประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร
2. ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็น โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง สำหรับเลือกตอบ และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมลงในช่อง
3. ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ซึ่งผลการศึกษาจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวชมพูนุท สมแสน
นิสิตปริญญาเอกคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

นางสาวชมพูนุท สมแสน
โทรศัพท์ 06-5229-3654
E-mail : chompoo4020@gmail.com



ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. แหล่งท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูล

- 1) ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร
- 2) สะพานขอมหรือสะพานหิน
- 3) ศูนย์วัฒนธรรมไทยไล้
- 4) ชาวภูไทบ้านโนนหอม บ้านห้วยทึบ
- 5) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านแป้น
- 6) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านน้ำพุ
- 7) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านจอมแจ้ง
- 8) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าวัด
- 9) ชุมชนท่องเที่ยวรอบหนองหารบ้านท่าแร่

2. เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

3. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี
- 2) 21 - 30 ปี
- 3) 31 - 40 ปี
- 4) 41 - 49 ปี
- 5) 50 - 60 ปี
- 6) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา
- 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
- 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย
- 4) ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 3) ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน
- 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 5) เกษียณอายุราชการ
- 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....



6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 5,001 – 10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 10,001 – 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 15,001 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป |

7. ภูมิลำเนา

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) จังหวัดสกลนคร | <input type="checkbox"/> 2) จังหวัดนครพนม |
| <input type="checkbox"/> 3) จังหวัดมุกดาหาร | <input type="checkbox"/> 4) จังหวัดอุดรธานี |
| <input type="checkbox"/> 5) จังหวัดหนองคาย | <input type="checkbox"/> 6) จังหวัดบึงกาฬ |
| <input type="checkbox"/> 7) จังหวัดในเขตภาคอีสาน | <input type="checkbox"/> 8) จังหวัดเขตภาคเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 9) จังหวัดในเขตภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 10) จังหวัดเขตภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 11) จังหวัดเขตภาคตะวันตก | <input type="checkbox"/> 12) อื่นๆ..... |

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ | <input type="checkbox"/> 2) ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3) ท่องเที่ยวเพื่อความสำเร็จ | <input type="checkbox"/> 4) ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม |
| <input type="checkbox"/> 5) ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (โปรดระบุ) |

2. ท่านเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครร่วมกับกลุ่มใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) มาคนเดียว | <input type="checkbox"/> 2) มากับเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3) มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง | <input type="checkbox"/> 4) มากับบริษัททัวร์ |
| <input type="checkbox"/> 5) อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

3. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 2) รถโดยสารประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 3) รถตู้/รถแท็กซี่ | <input type="checkbox"/> 4) รถบัส/รถทัวร์ |
| <input type="checkbox"/> 5) เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (โปรดระบุ) |



4. ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่
- 1) พักค้างคืน 2) ไม่พักค้างคืน (ข้ามไปตอบข้อ 7)
5. ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก
- 1) โรงแรม 2) รีสอร์ท
- 3) บ้านญาติ/เพื่อน 4) โฮมสเตย์
- 5) วัด/โรงเรียน 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)
6. ระยะเวลาการพักแรม
- 1) 1 คืน 2) 2 คืน
- 3) 3 คืน 4) มากกว่า 3 คืน
7. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน
- 1) น้อยกว่า 1,000 บาท 2) 1,001 – 2,000 บาท
- 3) 2,001 – 3,000 บาท 4) มากกว่า 3,001 บาท
8. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร
- 1) ครั้งแรก 2) ครั้งที่ 2
- 3) ครั้งที่ 3 4) มากกว่า 3 ครั้ง
9. ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสกลนครจากช่องทางใด
- 1) หนังสือพิมพ์ 2) วิทยุ/โทรทัศน์
- 3) วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง 4) อินเทอร์เน็ต
- 5) ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท. 6) สมาคมท่องเที่ยว
- 7) บริษัททัวร์ 8) เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์
- 9) อื่นๆ (โปรดระบุ)



ตอนที่ 3 : ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ใน ที่ตรงกับทัศนคติท่านมากที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายและน่าสนใจ มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร					
3. สินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
ด้านราคา (Price)					
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ					
2. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
3. ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. ระบบการจอง การซื้อ การชำระ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ					
2. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว					
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์					



ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วน การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร	ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อส่วน ประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
2. การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์					
3. การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่					
4. แพ็คเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว					
5. มีส่วนลด/ราคาพิเศษ					
ด้านบุคลากร (People)					
1. ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม					
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่					
4. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและ วัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี					
5. อธยาศัยของคนในท้องถิ่น					
ด้านกระบวนการ (Process)					
1. การอำนวยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง					
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ					
3. ป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน					
4. บริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับที่นักท่องเที่ยว					
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค					
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ					
4. ถึงขยะมีปริมาณที่เพียงพอ					
5. จุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม					



ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณยิ่งในความอนุเคราะห์ข้อมูลของท่าน
ผู้วิจัย



ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางสาวชมพูนุท สมแสน เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” โดยข้อความที่อธิบาย ประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้า ต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วม การวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับ อาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม/ให้สัมภาษณ์/เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อ สงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัว เป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทาง วิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถ ถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใดๆ ที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไป ในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

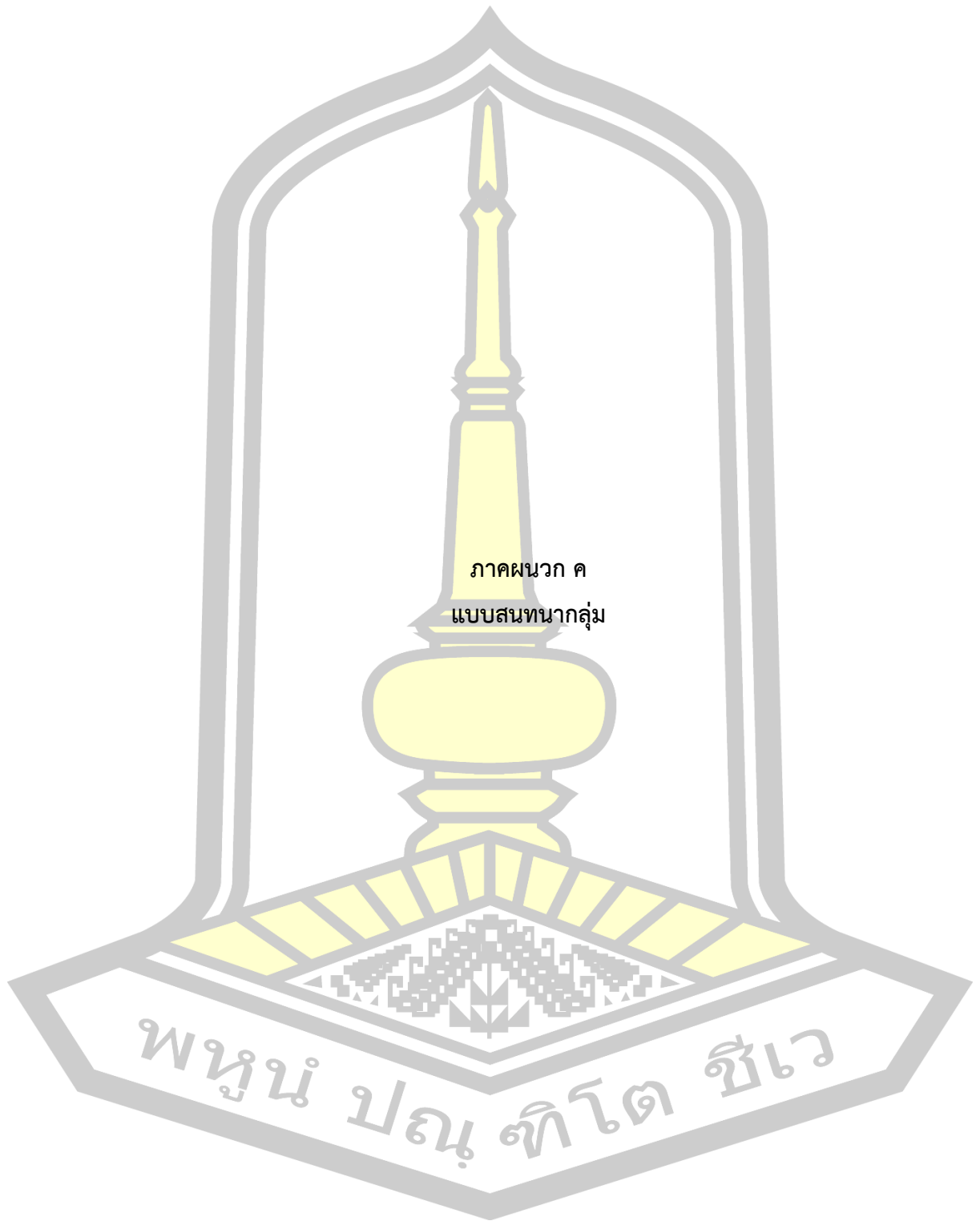
วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

วันที่.....





ภาคผนวก ค
แบบสันทนากลุ่ม

พหุบัน ปณุ ทิโต ชีเว

ECMSU01-05.04

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการสนทนากลุ่ม)
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวชมพูนุท สมแสน นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” (The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบายหรือแนวทางการจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร 4. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด อีกทั้งสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครและสามารถเป็นตัวอย่างในการนำไปใช้ประโยชน์กับจังหวัดอื่นๆต่อไป

ท่านเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้ข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อวิชาการด้านการท่องเที่ยว ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการสนทนากลุ่ม โดยจะใช้เวลาในการสนทนากลุ่มทั้งหมด 1 ครั้ง (3 ชั่วโมง) หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอดำเนินการสนทนากลุ่ม ในประเด็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร โดยการวิเคราะห์บริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครในอดีตจนถึงปัจจุบัน วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร จะขอดำเนินการสนทนากลุ่ม ณ สถานที่ที่ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทุกท่านสะดวกพร้อมกัน

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียงและถ่ายภาพในระหว่างการสนทนากลุ่ม และจะดำเนินการทำลายข้อมูลภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจระหว่างการสนทนากลุ่ม ท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของท่านแต่ประการใด ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการประกอบอาชีพของท่าน

ข้อมูลที่ได้จากท่านในการสนทนากลุ่ม จะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

ในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น และท่านจะได้รับค่าเดินทางเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 300 บาท เมื่อการสนทนากลุ่มสิ้นสุดลง

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวชมพูนุท สมแสน คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์ 065-2293654

ECMSU01-05.04

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

.....

(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

ผู้วิจัย





MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสนทนากลุ่ม

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

แบบสนทนากลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสนทนากลุ่มครั้งนี้

นางสาวชมพูนุท สมแสน
นิสิตปริญญาเอกคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

นางสาวชมพูนุท สมแสน
โทรศัพท์ 06-5229-3654
E-mail : chompoo4020@gmail.com



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปในการสนทนากลุ่มของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. ชื่อ - สกุล.....
2. อาชีพ/ ตำแหน่ง/ หน้าที่.....
3. สังกัดปัจจุบัน.....
4. ระยะเวลาที่ทำงานในหน่วยงาน.....
5. หน้าที่และความเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว.....

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

1. บริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครในอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไร

- 1.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
- 1.2 ด้านนักท่องเที่ยว
- 1.3 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยว 5 ปี ย้อนหลัง
- 1.4 ทิศทางการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร
- 1.5 การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 1.6 มุมมองของการตลาดการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริม-ปัจจัยเสี่ยงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

- 2.1 ด้านจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2 ด้านจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3 ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.4 ด้านอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.5 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.6 ด้านผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก ฯลฯ
- 2.7 ด้านการบริการ
- 2.8 ด้านประชาชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2.9 ด้านนักท่องเที่ยว
- 2.10 ด้านอื่น ๆ



3. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

3.1 สภาพตลาดโดยทั่วไป

- ส่วนแบ่งทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด

สกลนคร

- ภาวะและความรุนแรงของการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครในปัจจุบัน

- ปัญหาด้านการตลาดในปัจจุบัน

3.2 ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

- ความหลากหลายในรูปแบบและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร

- แนวทางหรือแผนในอนาคตด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัด

สกลนคร (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว, การโฆษณาและประชาสัมพันธ์)

3.3 ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price)

- การกำหนดราคาด้านการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัด

สกลนคร ไร่บ้าง (เช่น ที่พักแรม ค่าเข้าชม และกิจกรรม)

- หลักเกณฑ์ในการปรับเพิ่ม-ลดราคาของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place)

- ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

- มีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

- มีวิธีในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

3.5 ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion)

- วิธีการในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

- ปัญหาการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

- แนวทางในการแก้ไขปัญหาการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และการ

ท่องเที่ยว

3.6 ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People)

- บุคลากรการท่องเที่ยวมีความสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและการ

ให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

- ปัญหาด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว

- แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว



3.7 ด้านกระบวนการบริการการทอ่งเที่ยว (Process)

- อย่างถูกต้องรวดเร็วและเกิดความประทับใจ
- ปัญหาด้านกระบวนการบริการการทอ่งเที่ยว
- แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านกระบวนการบริการการทอ่งเที่ยว

3.8 ด้านลักษณะทางกายภาพทางการทอ่งเที่ยว (Physical Evidence)

- แหล่งทอ่งเที่ยวมีความสะอาด และความเพียงพอของสาธารณูปโภคต่อการบริการแก่นักทอ่งเที่ยว
- ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพทางการทอ่งเที่ยว
- แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพทางการทอ่งเที่ยว



ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางสาวชมพูนุท สมแสน เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสกลนคร” โดยข้อความที่อธิบาย ประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้า ต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วม การวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับ อาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม/ให้สัมภาษณ์/เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อ สงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัว เป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทาง วิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถ ถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิ์ใดๆ ที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไป ในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

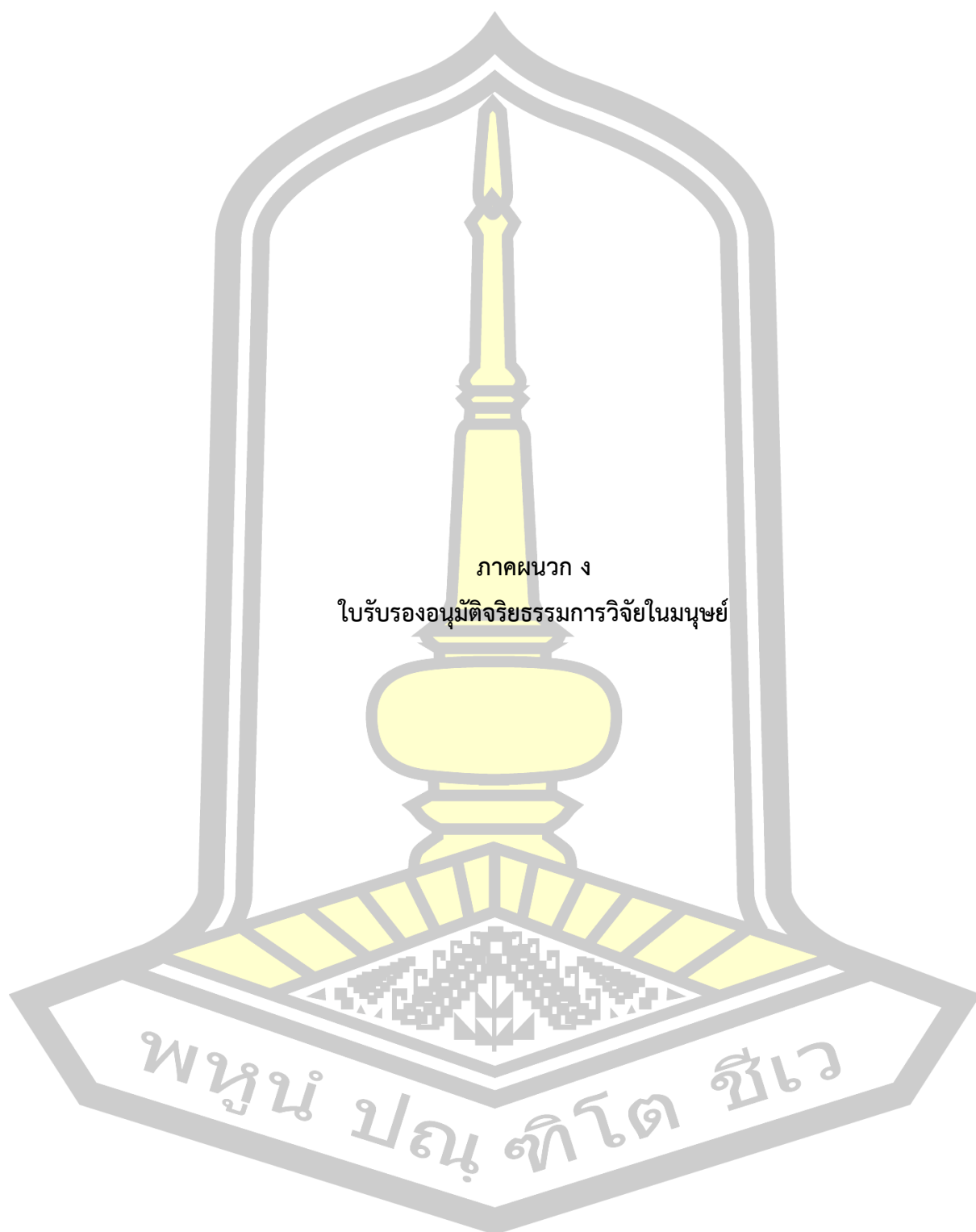
วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นางสาวชมพูนุท สมแสน)

วันที่.....







MAHASARAKHAM UNIVERSITY ETHICS COMMITTEE FOR
RESEARCH INVOLVING HUMAN SUBJECTS

Certificate of Approval

Approval number: 412-404/2022

Title : The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province.

Principal Investigator : Miss. Chompoonoot Somsaen

Responsible Department : Faculty of Tourism and Hotel Management

Research site : Sakon Nakhon Province

Review Method : Expedited Review

Date of Manufacture : 28 December 2022

expire : 27 December 2023

This research application has been reviewed and approved by the Ethics Committee for Research Involving Human Subjects, Maharakham University, Thailand. Approval is dependent on local ethical approval having been received. Any subsequent changes to the consent form must be re-submitted to the Committee.

Ratree S.

(Asst. Prof. Ratree Sawangjit)

Chairman

Approval is granted subject to the following conditions: (see back of this Certificate)

All approved investigators must comply with the following conditions:

1. Strictly conduct the research as required by the protocol;
2. Use only the information sheet, consent form (and recruitment materials, if any), interview outlines and/or questionnaires bearing the Institutional Review Board's seal of approval ; and return one copy of such documents of the first subject recruited to the Institutional Review Board (IRB) for the record (if applicable);
3. Report to the Institutional Review Board any serious adverse event or any changes in the research activity within five working days;
4. Provide reports to the Institutional Review Board concerning the progress of the research upon the specified period of time or when requested;
5. If the study cannot be finished within the expire date of the approval certificate, the investigator is obliged to reapply for approval at least two month before the date of expiration.
6. All the above approved documents are expired on the same date of the previously approved protocol (Protocol Number.....)

* A list of the Institutional Review Board members (names and positions) present at the meeting of Institutional Review Board on the date of approval of this study has been attached (per requested). All approved documents will be forwarded to the principal investigator.



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 412-404/2565

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
จังหวัดสกลนคร

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) The Guidelines for Developing the Cultural Tourism According to the
Strategic Development Plan of Sakon Nakhon Province.

ผู้วิจัย : นางสาวชมพูนุท สมแสน

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานที่ทำการวิจัย : จังหวัดสกลนคร

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 28 ธันวาคม 2565

วันหมดอายุ : 27 ธันวาคม 2566

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของ
โครงร่างงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิด
โครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือ
หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจักต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

ศาสตราจารย์ สว่างจิตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษิ์ขจรหญิงราตรี สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสัมภาษณ์ และหรือ แบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามเท่านั้น และส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวที่ใช้กับผู้เข้าร่วมวิจัยจริงรายแรกมาที่คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ภายในระยะเวลา 5 วันทำการ
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 60 วัน
6. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอล่วงหน้า)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	ชมพูนุท สมแสน
วันเกิด	19 ตุลาคม 2527
สถานที่เกิด	อำเภอหนองบัว จังหวัดนครพนม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	230 หมู่ 10 ตำบลพรรณมา อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร 47130
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร พ.ศ. 2550 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสกลนคร พ.ศ. 2566 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการจัดการการ ท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูนุท ปณฺ ทิโต ชีเว