



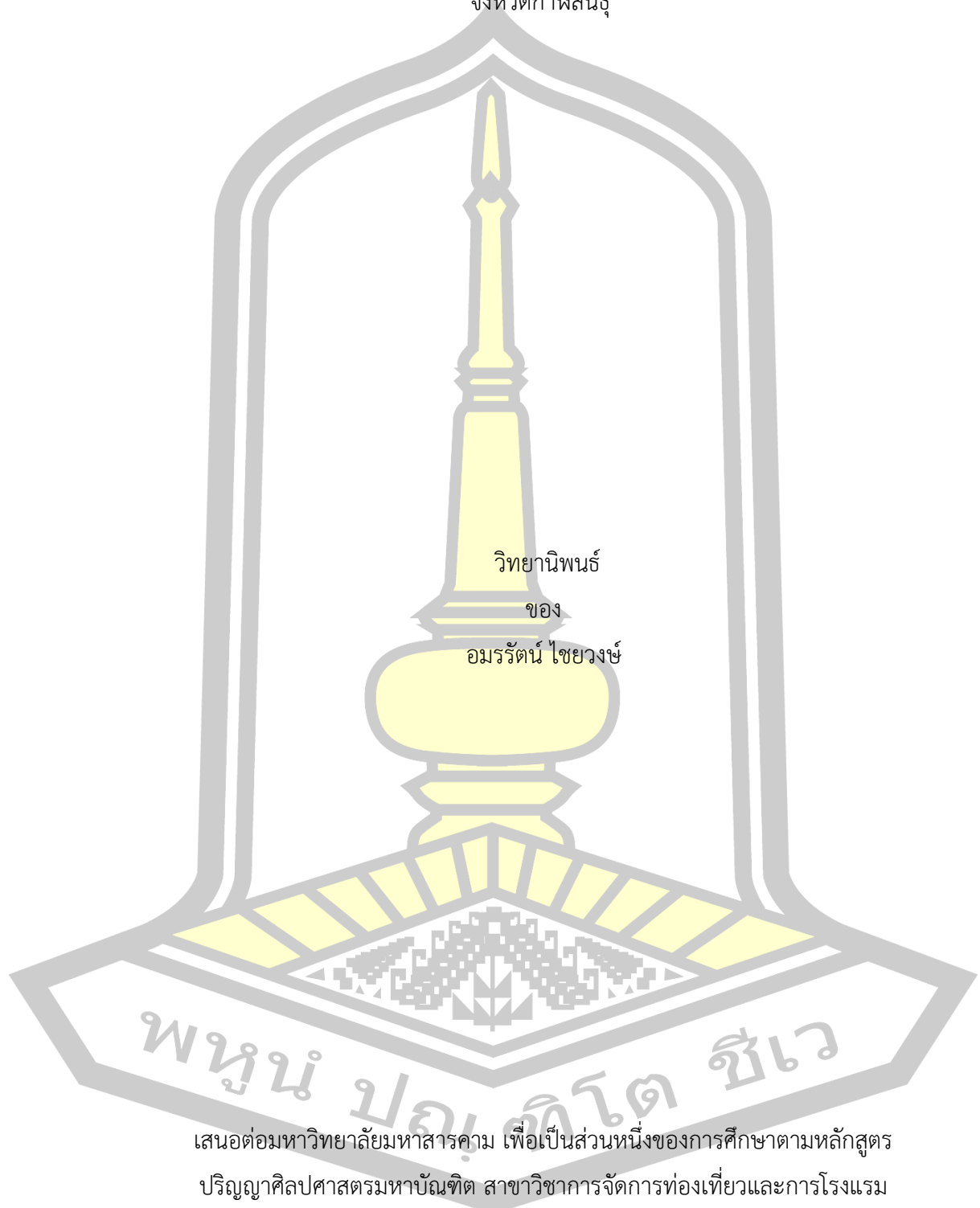
ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย
จังหวัดกาฬสินธุ์

วิทยานิพนธ์
ของ
อมรรัตน์ ไชยวงษ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย
จังหวัดกาฬสินธุ์

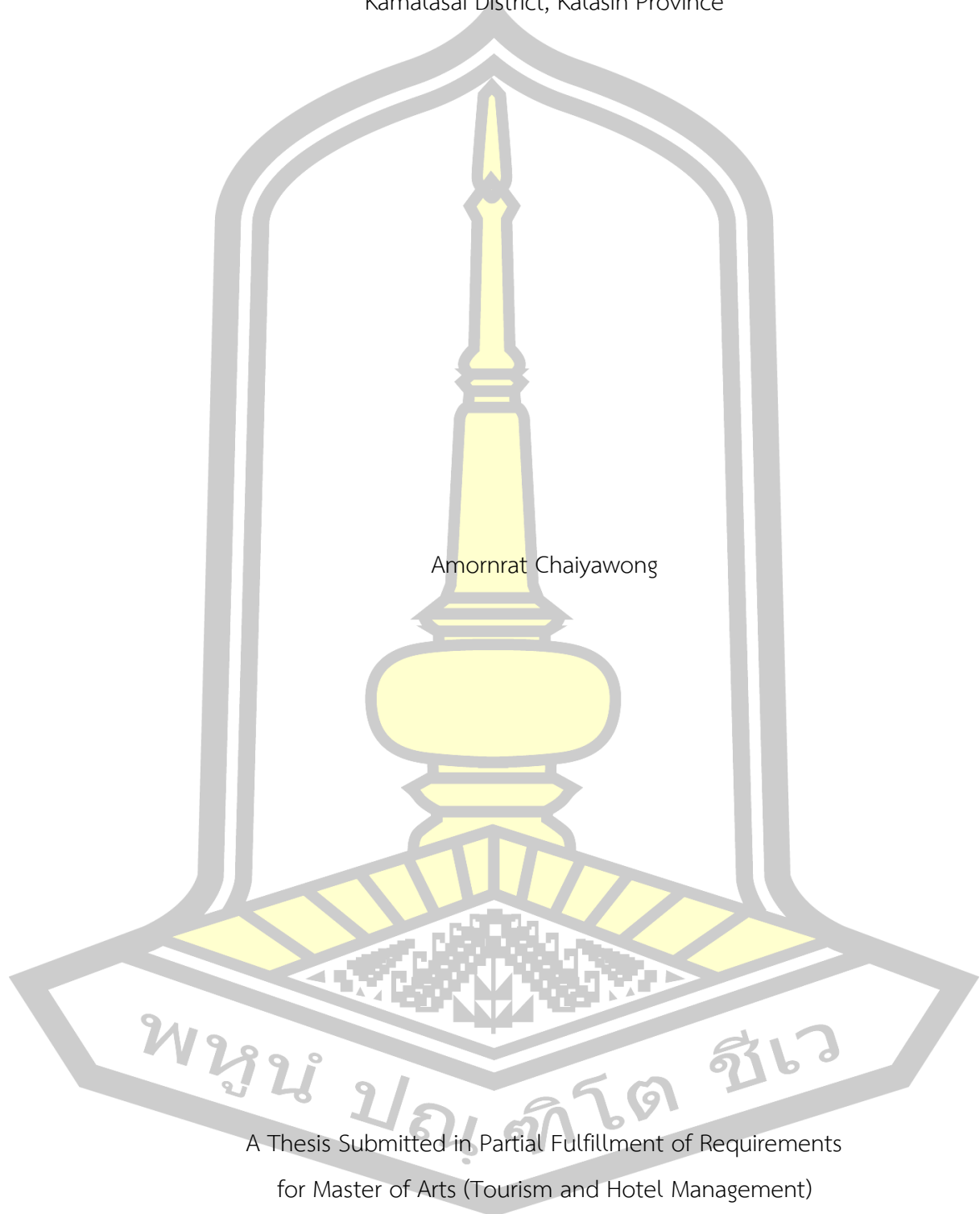


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict,
Kamalasai District, Kalasin Province



Amornrat Chaiyawong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Tourism and Hotel Management)

December 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. กันต์มัลย์ จินดาประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี่)

.....กรรมการ

(อ. ดร. วันทกานูจน์ สี่มาโรฤทธิ์ การ์ด)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. สุวภัทร ศรีทองแสง)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....

(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

.....

(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์		
ผู้วิจัย	อมรรัตน์ ไชยวงษ์		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลินจง โพชาริ		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการผสมผสานกันระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ แบบสำรวจ โดยศึกษาจากกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 123 คน และแบบสอบถาม โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และประชาชนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 163 คน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยศึกษาจากประชาชนในหมู่บ้านเสมา บุคลากรจากองค์กรของรัฐ และภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ และวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคทางสถิติคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

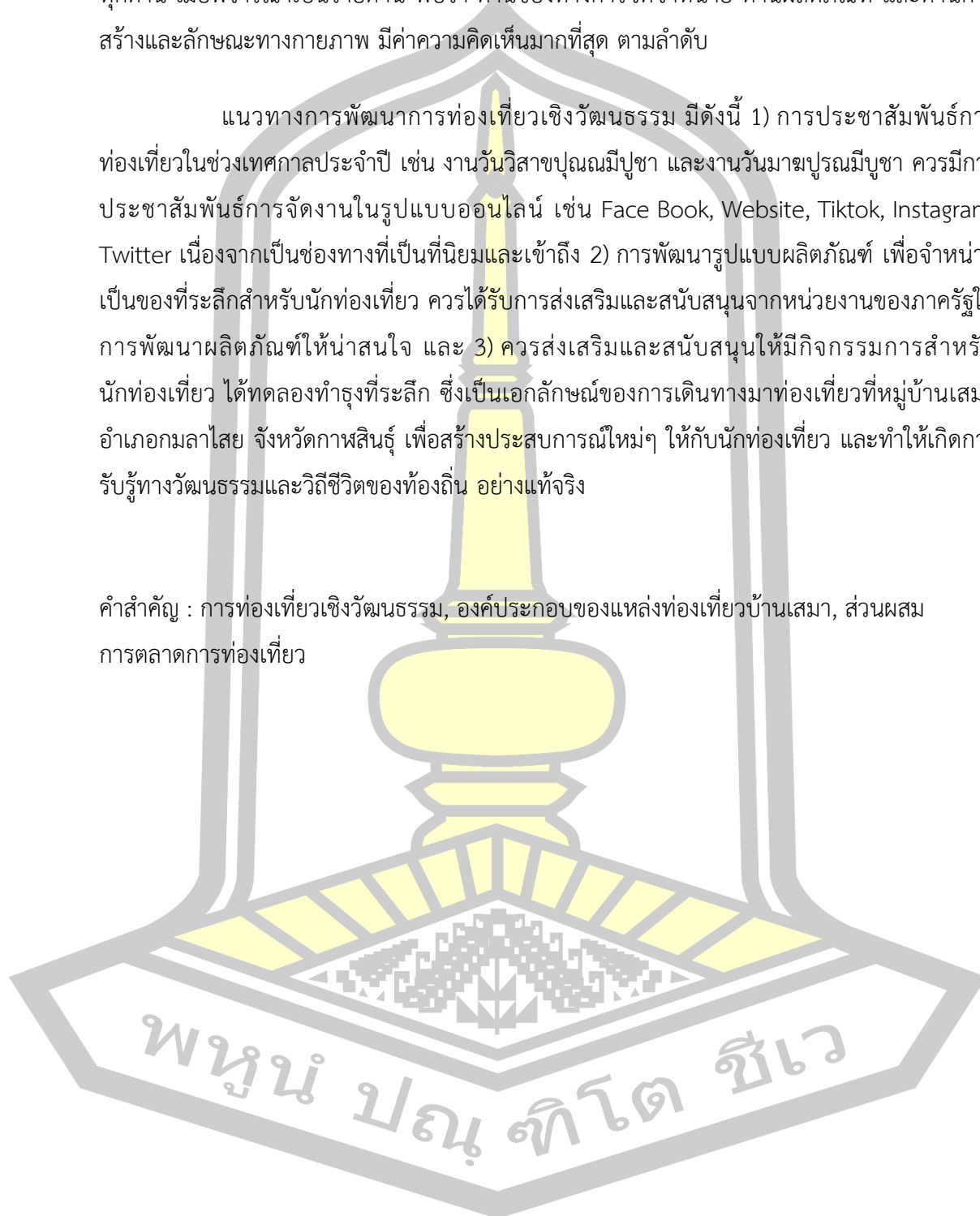
กลุ่มผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท โดยผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย โดยเดินทางมากับเพื่อนพาหนะที่ใช้คือ รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวันคือ 500 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยนักท่องเที่ยวรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook IG Ticktok เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวบ้านเสมาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ มีค่าความคิดเห็นมากที่สุด ตามลำดับ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีดังนี้ 1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลประจำปี เช่น งานวันวิสาขบูชาปุณณมีบูชา และงานวันมาฆบูชา ควรมีการประชาสัมพันธ์การจัดงานในรูปแบบออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter เนื่องจากเป็นช่องทางที่เป็นที่นิยมและเข้าถึง 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และ 3) ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีกิจกรรมการสำหรับนักท่องเที่ยว ได้ทดลองทำธูปที่ระลึก ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านเสมาอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดการรับรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น อย่างแท้จริง

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวบ้านเสมา, ส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยว



TITLE	Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province		
AUTHOR	Amornrat Chaipayong		
ADVISORS	Assistant Professor Linjong Pocharee , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

This research aims to study the marketing ingredients for cultural tourism in Ban Sema community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province. It is a combination of research methods. Quantitative, which includes a survey, based on a study of 123 community leaders or local philosophers and questionnaires by studying Thai tourists who travel. and people in the community Ban Sema, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province, totaling 163 people and qualitative research methods including in-depth interviews. Stakeholders in the area by studying from People in Sema village Personnel from government organizations and the private sector that is a group of entrepreneurs and analyzed using statistical techniques, namely mean and standard deviation. The research results found that;

Community leader group folk philosopher Most are male, aged 41-50 years, have marital status. Graduated with a bachelor's degree , average monthly income 10,001-15,000 baht by community leaders or local philosophers They had opinions about the overall composition of the tourist attractions at a high level. When considering each aspect, all aspects are at a high level as follows: attractions , travel accessibility , and tourist attraction facilities.

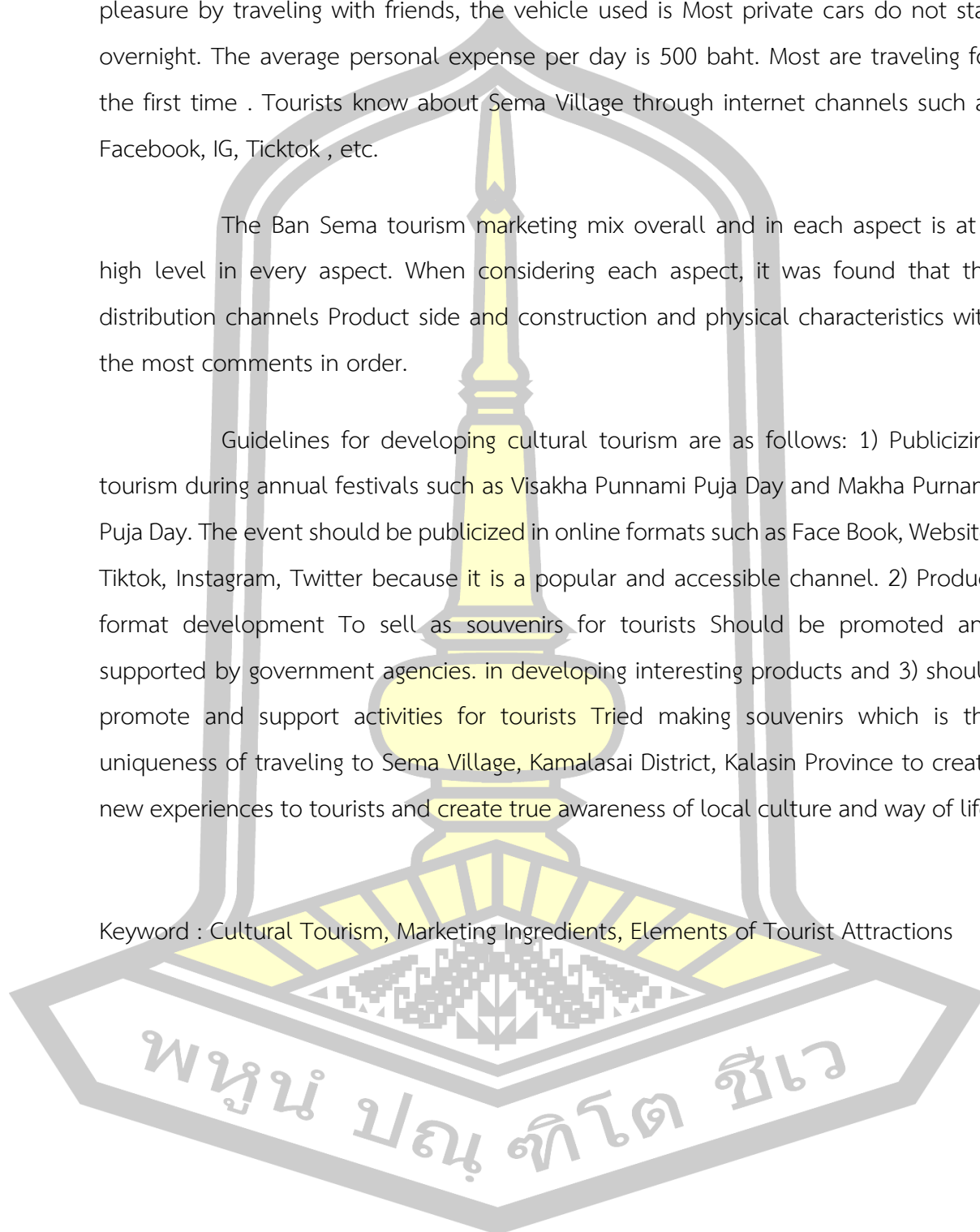
Thai tourists Most are male, aged 31-40 years , graduated with a bachelor's degree , work as a private business, and have an average monthly income. 10,001-

15,000 baht. Hometown is in Kalasin Province. Purpose of traveling for tourism For pleasure by traveling with friends, the vehicle used is Most private cars do not stay overnight. The average personal expense per day is 500 baht. Most are traveling for the first time . Tourists know about Sema Village through internet channels such as Facebook, IG, Ticktok , etc.

The Ban Sema tourism marketing mix overall and in each aspect is at a high level in every aspect. When considering each aspect, it was found that the distribution channels Product side and construction and physical characteristics with the most comments in order.

Guidelines for developing cultural tourism are as follows: 1) Publicizing tourism during annual festivals such as Visakha Punnami Puja Day and Makha Purnami Puja Day. The event should be publicized in online formats such as Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter because it is a popular and accessible channel. 2) Product format development To sell as souvenirs for tourists Should be promoted and supported by government agencies. in developing interesting products and 3) should promote and support activities for tourists Tried making souvenirs which is the uniqueness of traveling to Sema Village, Kamalasai District, Kalasin Province to create new experiences to tourists and create true awareness of local culture and way of life.

Keyword : Cultural Tourism, Marketing Ingredients, Elements of Tourist Attractions



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา แนะนำ ความคิดเห็น และกำลังใจแก่ผู้จัดทำ ขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลินจง โพขารี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้ความช่วยเหลือ ให้แนวคิดความรู้ทางวิชาการ แนะนำแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบวิทยานิพนธ์ทุกขั้นตอน ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้จัดทำ ซึ่งเป็นผลให้ผู้จัดทำมีความสามารถในการทำและพัฒนาวิทยานิพนธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัชร ศรีทองแสง และ อาจารย์ ดร.วันทกัญจน์ สีมาโรฤทธิ์ การ์ด กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ แก้ไข ให้แนวคิดต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งเป็นสถานที่ในการจัดสร้างการทดสอบและจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บุคลากร คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พี่น้องและเพื่อน ๆ ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมากมาย ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่ได้ช่วยส่งเสริมสนับสนุน กระตุ้นเตือน คอยเอาใจใส่ดูแล ให้กำลังใจและทุนทรัพย์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

อมรรัตน์ ไชยวงษ์

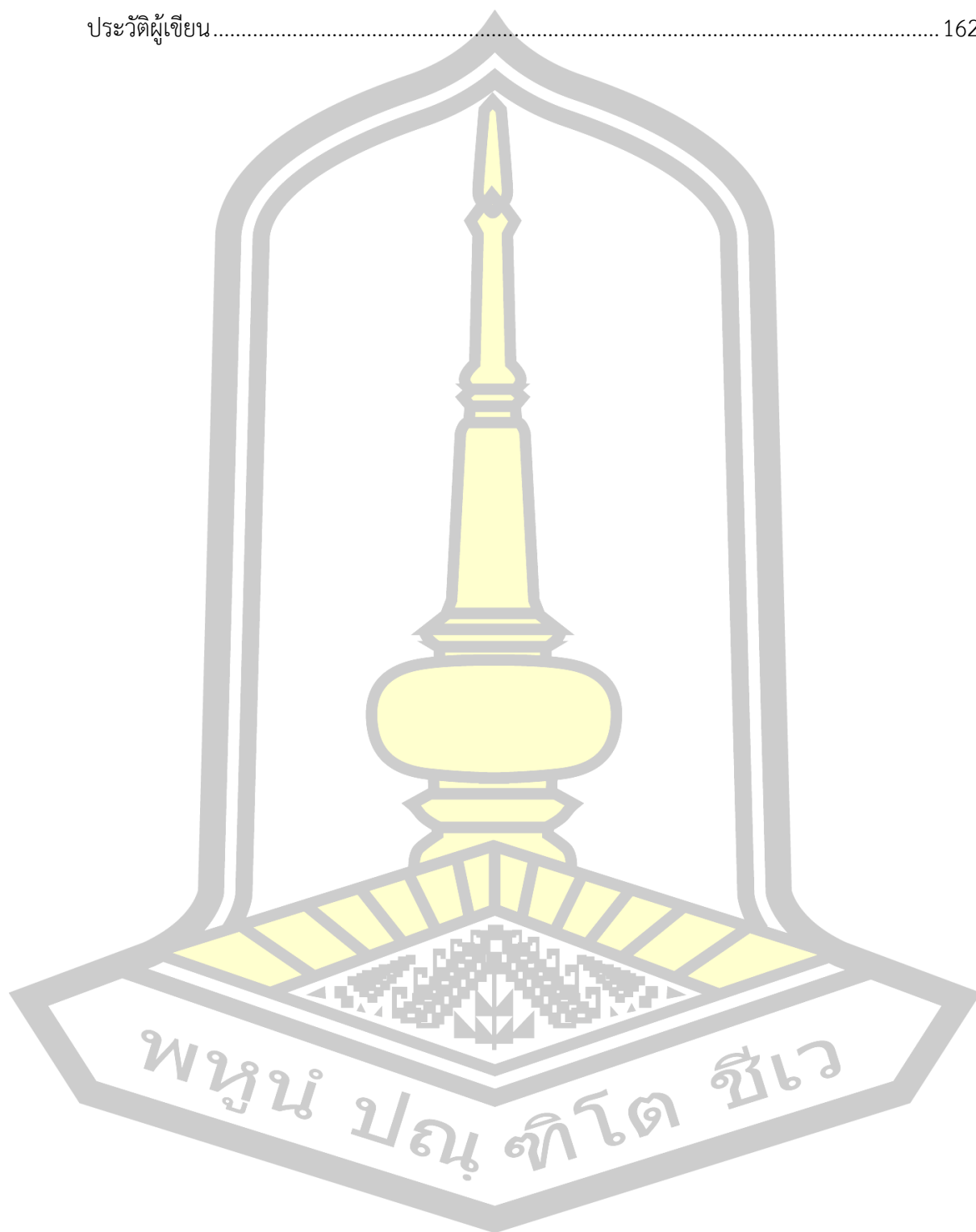
พูน ปณ จิตโต ชีเว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว	12
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5A)	23
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	28
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
1. งานวิจัยในประเทศ	39
2. งานวิจัยต่างประเทศ	45

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
การจัดกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	65
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
ความมุ่งหมายของการวิจัย	105
สรุปผล	105
อภิปรายผล	114
ข้อเสนอแนะ	116
บรรณานุกรม	117
ภาคผนวก	121
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	122
ภาคผนวก ข แบบสำรวจ	129
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์	135
ภาคผนวก ง คุณภาพของเครื่องมือ	142
ภาคผนวก จ หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน	145
ภาคผนวก ฉ หนังสือขออนุญาตเผยแพร่ข้อมูลตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	152

ภาคผนวก ข หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล.....	156
ประวัติผู้เขียน.....	162



สารบัญตาราง

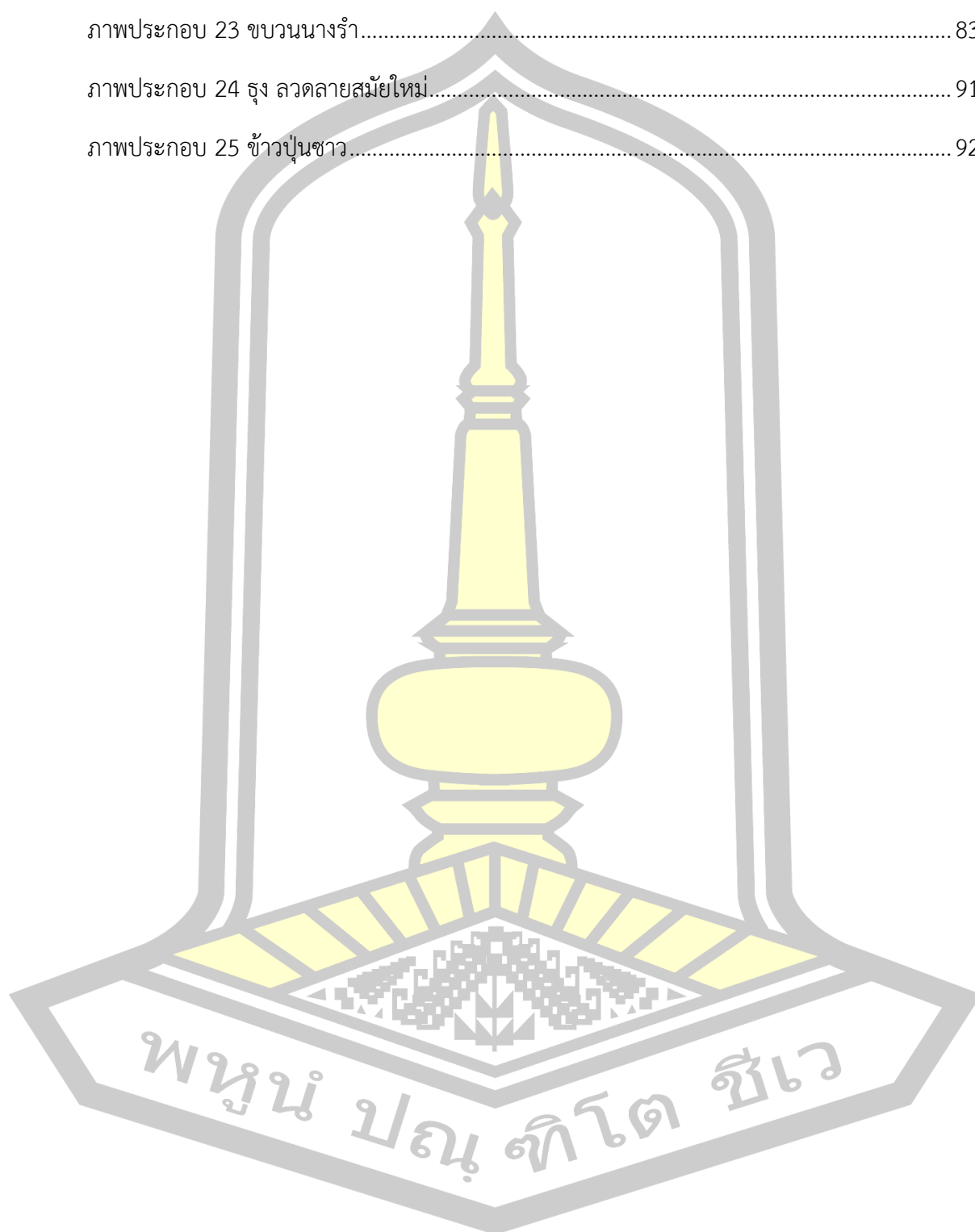
	หน้า
ตาราง 1 แสดงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจ	18
ตาราง 2 แสดงเครื่องมือในการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	21
ตาราง 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
ตาราง 4 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับหัวหน้าครัวเรือนตามพื้นที่วิจัย	61
ตาราง 5 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	84
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ ชาวบ้านเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน	85
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสม ทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน	86
ตาราง 8 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	93
ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสม ทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน	98
ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสม ทางการตลาดการท่องเที่ยว เป็นรายด้านและรายข้อ	98
ตาราง 11 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	143

พูน ปณ จิตโต ชีเว

สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ภาพประกอบ 2 แผนที่หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์.....	38
ภาพประกอบ 3 พระธาตุยาคุ.....	69
ภาพประกอบ 4 พระใหญ่ตั้งอยู่ในวัดโพธิ์ชัยเสมาราม ใต้ต้นโพธิ์ใหญ่อายุหลายร้อยปี	70
ภาพประกอบ 5 ศาลเจ้าเมืองฟ้าแดดในวัดโพธิ์ชัยเสมาราม	70
ภาพประกอบ 6 เรือนไม้อีสานโบราณ	71
ภาพประกอบ 7 เรือนไม้อีสานโบราณ	72
ภาพประกอบ 8 เรือนไม้อีสานโบราณ	72
ภาพประกอบ 9 เรือนไม้อีสานโบราณ	73
ภาพประกอบ 10 ใบเสมาหินทรายจำหลักภาพ	74
ภาพประกอบ 11 ใบเสมาหินทราย.....	74
ภาพประกอบ 12 ชูงประดับ ณ พระธาตุยาคุ	75
ภาพประกอบ 13 ชูง.....	76
ภาพประกอบ 14 การจัดจำหน่ายชูง	76
ภาพประกอบ 15 นางรำบูชาพระธาตุ งานมาฆปุณณมีบูชา.....	78
ภาพประกอบ 16 ขบวนแห่งานมาฆปุณณมีบูชา.....	78
ภาพประกอบ 17 ขบวนแห่งานวิสาขปุณณมีบูชา.....	79
ภาพประกอบ 18 ทะเลชูง	80
ภาพประกอบ 19 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ.....	81
ภาพประกอบ 20 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ.....	81
ภาพประกอบ 21 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ.....	82

ภาพประกอบ 22 การแสดงรำวงวิสาขปุณณมีบูชา.....	82
ภาพประกอบ 23 ขบวนนางรำ.....	83
ภาพประกอบ 24 รุ่ง ลวดลายสมัยใหม่.....	91
ภาพประกอบ 25 ข้าวปั้นขาว.....	92



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะกระแสที่ถูกสร้างขึ้นในสังคมและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีส่วนเผยแพร่ให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยโดยเฉพาะ สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับความสนใจและเกิดกระแสการอนุรักษ์ และหวงแหนในมรดกอันล้ำค่าทางวัฒนธรรมของไทย ทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น การรื้อฟื้นวัฒนธรรมเก่า ๆ ตลาดเก่า ย่านการค้าเก่า โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2564) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นผลิตภัณฑ์ ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศนอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศ ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว กระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวก ซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์และสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นรื้อฟื้นประเพณีที่กำลังสูญหาย อนุรักษ์โบราณสถานต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนางาน หัตถกรรม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมของตน อนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมโดยร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียว รวมทั้งมีบทบาทในการจัดการ หรือการบริหารการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตามภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2564)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก เป็นดินแดนอารยธรรมที่มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน มีศิลปะ วัตถุโบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณีที่งดงาม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของภาคอีสานส่วนใหญ่ จะเป็นโบราณสถานที่กระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น โบราณสถาน พระธาตุขามแก่น และศูนย์หัตถกรรมผ้าไหมชนบทที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ในส่วนของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศิลปวัฒนธรรม จารีต

ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีเมืองโบราณที่เกิดขึ้นบริเวณลุ่มน้ำชี ซึ่งตั้งอยู่และ
เป็นเมืองขนาดใหญ่ที่สุดในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ชื่อว่า เมืองฟ้าแดดสงยาง มีหลักฐานปรากฏ
ความสำคัญเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 12-16 เป็นยุคที่รุ่งเรืองสมัยกับวัฒนธรรมทวาราวดีที่พบใน
ภาคกลางและสมัยอยุธยาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จึงทำให้จังหวัดกาฬสินธุ์ที่นอกจากจะมีกลุ่ม
ชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ยังมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในหลาย ๆ ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านเสมา
ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นที่โดดเด่นและได้รับความน่าสนใจเป็นอย่างมากเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาฬสินธุ์ (วิภากรณ์ ชานิกำจร, 2564)

ชุมชนบ้านเสมา ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบ
ไปด้วยประชากร 5 หมู่บ้าน คือ บ้านเสมา บ้านข้าวหลาม บ้านหนองแปน บ้านสงยาง และบ้าน
ดอนยาง เดิมชุมชนบ้านเสมาชื่อ เมืองฟ้าแดดสงยาง เป็นเมืองในยุคโบราณ ตามประวัติศาสตร์สมัย
พระเจ้าฟ้ารุ่งแห่งกรุงศรีสัตนาคนหุต สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 12-16 อายุประมาณ 1,400 ปี
ภายในบริเวณเมืองเก่ามีร่องรอยโบราณสถานหลายแห่ง จากหลักฐานที่ค้นพบร่องรอยของศาสน
สถานที่มีลักษณะตามคติในพระพุทธศาสนา เป็นศิลปกรรมแบบทวาราวดี โดยจากหลักฐานโบราณคดี
ที่ค้นพบ ทำให้ทราบว่ามีการอยู่อาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ แล้วเจริญรุ่งเรือง
มากขึ้นในสมัยทวาราวดี มีซากศาสนสถานกระจายอยู่ทั่วไป ทั้งภายในเมืองและนอกเมือง
(องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแปน, 2565) ชุมชนบ้านเสมามีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรรม ทำนา
ทำสวน ทำไร่ และเลี้ยงสัตว์ เมืองฟ้าแดดสงยางแห่งนี้เป็นแหล่งที่มีการค้นพบใบเสมาจำนวนมากและ
เป็นที่ตั้งของ พระธาตุยาคู จนถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์และเป็นที่มาของชื่อบ้านเสมาในปัจจุบัน ใบเสมา
ที่ค้นพบมี ใบเสมาหินทรายสีแดง ที่มีทั้งเป็นแท่ง หินกลม เหลี่ยมและแผ่นศิลา แผ่นหินทรายเกลี้ยง
แผ่นหินทรายสลักกลดลายจารึกตัวอักษรโบราณ ภาพสำคัญคือภาพจำหลักเรื่องราวพุทธประวัติและ
มหานิบาตชาดก ที่งดงามมากทำให้ทราบถึงความเชื่อความนิยม รวมถึงการแต่งกายและ
สถาปัตยกรรมเครื่องไม้ในสมัยนั้น เมืองฟ้าแดดสงยางจึงเป็นแหล่งเสมาหินขนาดใหญ่และสำคัญที่สุด
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กริชกมล เหล่าอรุณ, 2550)

ปัจจุบัน จังหวัดกาฬสินธุ์ส่งเสริมให้ชุมชนบ้านเสมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด มีการ
พัฒนาให้งบประมาณในการดำเนินการสร้างสาธารณูปโภคให้กับชุมชน เช่น ถนน หอ่งน้ำ ที่จอดรถ
สถานที่ค้าขาย เป็นต้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564) จะเห็นได้ว่าบ้าน
เสมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งใบเสมาตั้งอยู่รอบ ๆ ในบริเวณหมู่บ้าน ประกอบกับเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ติดกับพระธาตุยาคู
ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวแวะมาเยี่ยมชมอยู่เรื่อย ๆ แต่ในช่วงนี้มีสถานการณ์ระบาดของไวรัส
โควิด-19 (COVID-19) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวบ้านเสมาลดลง ประกอบกับ
ชุมชนบ้านเสมานี้ ยังขาดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดี โดยเฉพาะในเรื่องของความเข้าใจ

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในด้านการจัดการข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี รวมไปถึง การขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมาในปัจจุบัน ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้น จึงมีจำเป็นต้องหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ของชุมชน โดยเน้นที่การมีส่วนร่วมของทุกภาคี เพื่อเป็นต้นแบบให้สมาชิกในชุมชนนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ส่งเสริมพัฒนาความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ให้กับผู้นำและคนชุมชน เพื่อเพิ่มความสามารถด้านศักยภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จะเป็นเครื่องมือเพิ่มขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรเริ่มต้นจากการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านเสามี จากนั้นศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมท่องเที่ยว, 2556) กับประชาชนในชุมชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และในเรื่องการบริหารจัดการ ควบคู่ไปกับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว แล้วนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเสมาให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและความพร้อมของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และประชาชนทุกภาคส่วนในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบ้านเสมาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนศึกษาแนวทางการพัฒนาและรูปแบบที่เหมาะสมเฉพาะบริบทที่เป็นอัตลักษณ์ของบ้านเสมา ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักหมู่บ้านเสมาเพื่อสร้างการท่องเที่ยวให้คงอยู่เคียงคู่กับวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและค้นหาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

3. เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ความสำคัญของการวิจัย

1. จังหวัดกาฬสินธุ์และผู้นำชุมชนสามารถนำข้อมูลจากการวิจัย ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ทำการส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชนในท้องถิ่นได้ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติ และการจัดการวางแผนด้านการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวบูรณาการเชิงวัฒนธรรม

2. ชุมชนรอบ ๆ หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สามารถนำไปพัฒนา และต่อยอดในอนาคตได้

3. ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรักหวงแหน ตระหนักถึงความสำคัญ และมีความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง

4. เป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดในการวิจัยในเชิงพื้นที่ ฤดูกาลในการท่องเที่ยว รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิด 3 แนวคิดตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ (Dickman, 1996)

1.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

1.2 การเดินทางเข้าถึง (Accessibility)

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

1.4 ที่พัก (Accommodation)

1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 องค์ประกอบ ดังนี้ (Kotler, 1997; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2563)

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

2.2 ด้านราคา (Price)

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

2.6 ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

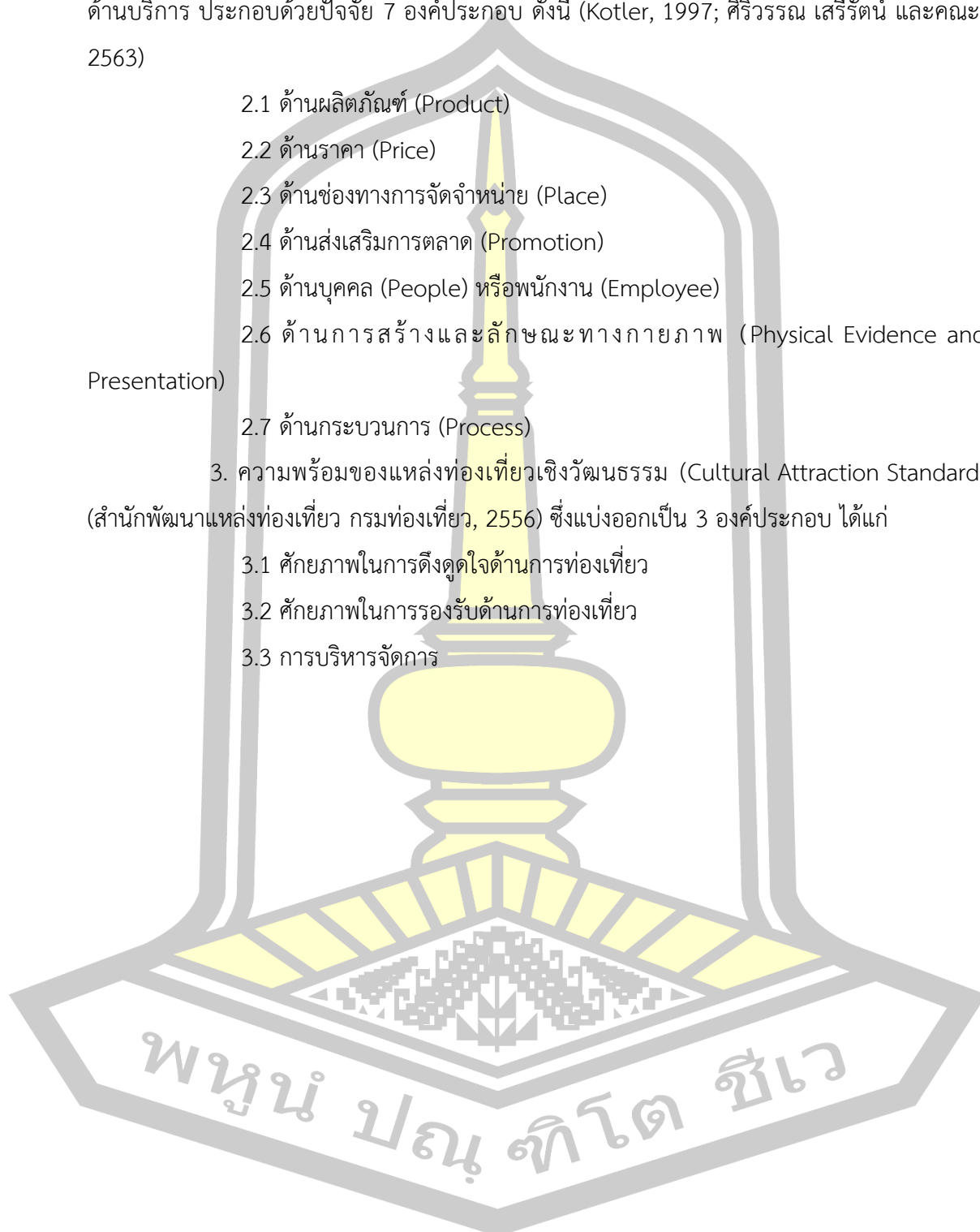
2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

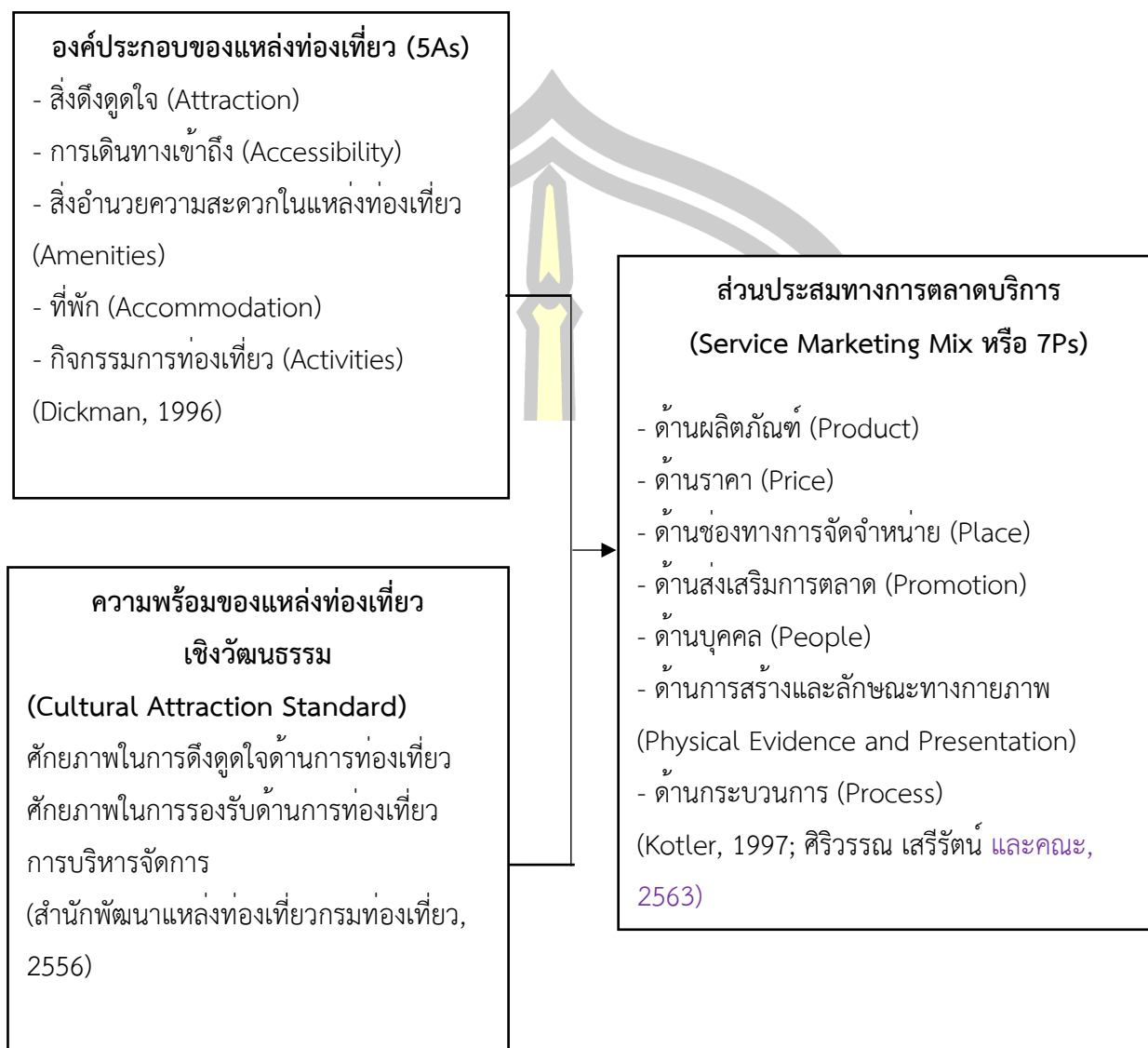
3. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมท่องเที่ยว, 2556) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่

3.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

3.2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

3.3 การบริหารจัดการ





ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน มีดังนี้

1.1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ตามสถิตินักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2563 จำนวน 60,976 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564)

1.1.1.2 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 249 ครอบครัว (เทศบาลตำบลหนองแปน, 2564) จาก 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเสมา บ้านข้าวหลาม บ้านหนองแปน บ้านสงยาง และบ้านดอนยาง

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา จำนวน 60,976 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ด้วยสูตรคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.1.2.2 ประชาชนในหมู่บ้านของชุมชนบ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน จำนวน 249 คน โดยเปิดตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1980) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling)

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 30 คน มีดังนี้

1.2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 3 กลุ่ม ได้แก่

1.2.1.1 ประชาชนในหมู่บ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 916 คน (เทศบาลตำบลหนองแปน, 2564)

1.2.1.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา ประกอบด้วย อบต. ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วย เป็นต้น

1.2.1.3 ภาคเอกชน คือ กลุ่มผู้ประกอบการในบ้านเสมา ประกอบด้วย เจ้าของที่พักแบบโฮมสเตย์ เจ้าของร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบ้านเสมา มี 3 กลุ่ม ดังนี้

1.2.2.1 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

1.2.2.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา จำนวน 10 คน เป็นตัวแทนกลุ่มผู้นำขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำองค์กรชุมชน ประชาชน ตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนพื้นที่ทั้ง 3 หมู่บ้าน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และ อบต. นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ ตัวแทนจาก อบต. และ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.2.2.3 กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ประกอบด้วย เจ้าของที่พักแบบโฮมสเตย์ 5 คน เจ้าของร้านค้า 5 คน รวมจำนวน 10 คน ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเสมา บ้านข้าวหลาม บ้านหนองแปน บ้านสงยาง และบ้านดอนยาง ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วันที่ 1 – 31 สิงหาคม 256

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง สิ่งที่ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)) ใช้คำถามค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, WHY?, WHOM?, WHEN?, WHERE? และ HOW

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยว ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนบ้านเสมา ที่ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ทั้งความรู้ในด้านต่าง ๆ ของวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น และยังได้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความผ่อนคลายในระหว่างการท่องเที่ยว

4. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึง ด้านศิลปวัฒนธรรม ภาษา การละเล่น การแต่งกาย อาหาร ดนตรี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

5. ศักยภาพการท่องเที่ยว (Potential of Tourism) หมายถึง การนำเอาอัตลักษณ์ความโดดเด่นของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด พร้อมทั้งจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

6. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

6.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่แสดงออกด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น สถานที่และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ เป็นที่น่าเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมาอย่างต่อเนื่อง

6.2 การเดินทางเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ช่องทางความสะดวกสบายในการคมนาคมที่จะสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

6.3 สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) หมายถึง สถานที่ อุปกรณ์กิจกรรมที่มีภายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้การท่องเที่ยวนั้นสมบูรณ์แบบและมีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว

6.4 ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ ห้องพัก บ้านพัก สำหรับการพักผ่อนพักรแรม เก็บสัมภาระของนักท่องเที่ยว เป็นการชั่วคราวระหว่างมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

6.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมา ที่ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ สนับสนุนให้มีกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมได้

7. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) หมายถึง ปัจจัยที่ส่งเสริม และเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งมี 7 องค์ประกอบ ดังนี้

7.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่คนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องส่งมอบให้แก่นักท่องเที่ยว โดยต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับผลประโยชน์และคุณค่าจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

7.2 ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

7.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอหรือขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว

7.4 ส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ กับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ หรือชักจูงให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและร้านค้า และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น

7.5 บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายความว่า เจ้าของร้านหรือตัวแทนจำหน่ายในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งและต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

7.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายความว่า เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

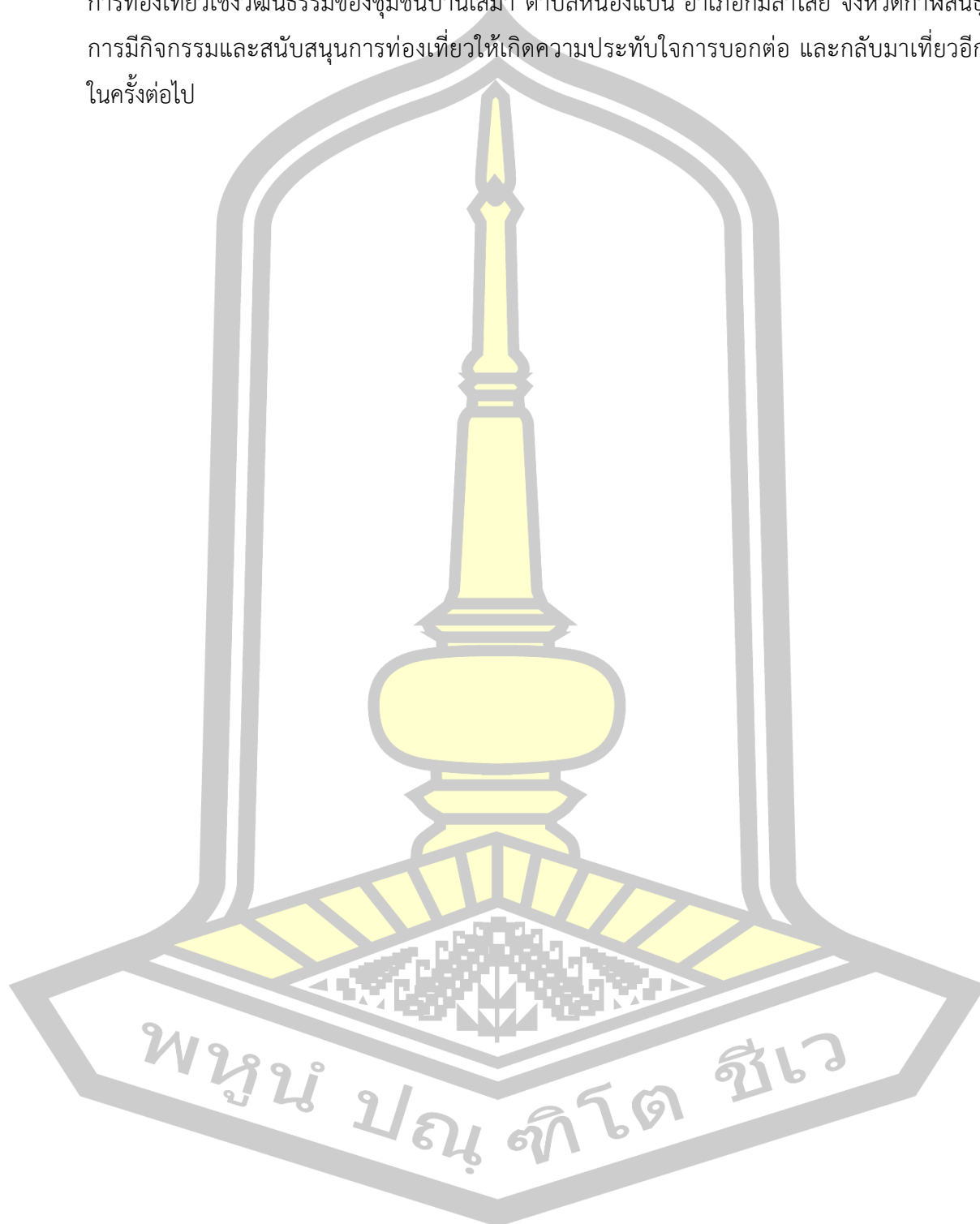
7.7 กระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนบ้านเสมาที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการปฏิบัติในด้านการบริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประทับใจ

8. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) หมายความว่า ความสามารถและศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเสมา ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

8.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

8.2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถและความพร้อมของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ในการให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

8.3 การบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานด้านการจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
การมีกิจกรรมและสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจการบอกต่อ และกลับมาเที่ยวอีก
ในครั้งต่อไป



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภออมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ศึกษาได้ประมวลแนวความคิดและค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5A)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภออมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว

1. ความหมายส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาดไว้ดังนี้

ศิริดา ภูมิวรณีย์ (2564) ได้ให้ความหมายของ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และสามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจกำหนดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่ธุรกิจกำหนดไว้ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้อันประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

สาลินี ชัยวัฒนพร (2562) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือหรือปัจจัยทาง การตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและ

สร้างความพึงพอใจ แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่ม ลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตนนั้น

เพ็ชรภรณ์ ชีवालชาญชนกิจ (2561) ได้ให้ความหมายของ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากความหมายของส่วนประสมการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และสามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

2. องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service marketing mix) จะมีความแตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง (7P's) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 อย่าง (7P's) ได้แก่ (Kotler, 2011)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible products) และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible products)

2. ด้านราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ บริการโดยวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ที่ต้องมี

ความสามารถที่ทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence or environment and presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการ ที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และการปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service marketing mix)

พรณี อินทร์แก้ว (2553) ได้สรุปแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกิจกรรมการบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเสนอขายเพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่มีตัวตน ลักษณะการผลิตบริการแตกต่าง สิ้นเชิงกับการผลิตสินค้าทั่วไป การได้มาซึ่งสินค้าจะได้รับการผลิตด้วยเครื่องจักร คน และวัตถุดิบที่ต้องผ่านกระบวนการผลิตต่าง ๆ ตามขั้นตอน ซึ่งการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์บริการจะได้รับการปฏิบัติของผู้ขายบริการแต่ละประเภท ฉะนั้นคุณภาพของการบริการจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติของผู้ให้บริการ หรือผู้ขายบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

2. ด้านราคา (Price) คือจำนวนเงินที่คิดเป็นค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือจำนวนมูลค่า รวมทั้งผู้บริโภคยอมจ่าย เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับการมีหรือใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งการตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการนั้น ต้องคำนึงถึงคุณค่าของบริการ ที่ลูกค้าจะได้รับ และคุณค่าจะเท่ากับ คุณประโยชน์ของบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า กรณีของสถาบันสอนภาษาราคา หมายถึง ค่าเล่าเรียนของหลักสูตรต่าง ๆ ตามสถาบันนั้น ๆ รูปแบบ การคิดค่าเล่าเรียน รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ ของค่าเล่าเรียน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการจัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้ามารับบริการ ซึ่งการจัดบริการจำหน่ายบริการจะมีงานที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ประการ ด้วยกัน คือ การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย บริการไม่สามารถเลือกวิธีการจัดช่องทางการจำหน่ายที่ซับซ้อนได้ วิธีเหมาะสมที่สุด คือการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง ซึ่งเป็นช่องทางที่สั้นที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ที่ธุรกิจใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กรและบริการ ให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และตัดสินใจในที่สุด กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อหาลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่าโดยการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า

5. ด้านบุคคล (People) คือพนักงานในธุรกิจบริการประกอบด้วย เจ้าของ ผู้บริหาร และพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่มมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ เจ้าของและผู้บริหาร กลุ่มนี้มีบทบาท สำคัญในการกำหนดนโยบายการให้บริการลูกค้า กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของ พนักงาน ออกแบบ กระบวนการการให้บริการ และการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการให้บริการ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

6. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนการให้บริการ เป็นส่วนประสมทางการตลาด ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับ ความสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ควรจัดให้บริการในลักษณะ One Stop Service ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ กระบวนการในเวลาและสถานที่เดียวกัน โดยไม่ทำให้ลูกค้าต้องเดินทางไปติดต่อ หลายแผนกเหมือนอย่างเก่าที่ยังไม่มีเครื่องมือ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวอาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การ ตกแต่ง สถานที่ บรรยากาศภายในสำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้การจัดสรรพื้นที่บริการห้องน้ำ เครื่องใช้ สำนักงาน ป้ายประชาสัมพันธ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่มีไว้บริการลูกค้า

นอกจากนี้ ส่วนผสมทางการตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการ ยังสามารถอธิบายได้ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

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

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

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

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่า สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือ สถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญ ได้แก่ การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดย

พิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาด โดยใช้บุคลากรในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิด การตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คุปองแลกซื้อ

5. ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่ง ได้ ดังนั้น ในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการสามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะของทักษะการแสดงออก ทักษะที่ดีต่อการดูแลเอาใจใส่ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ การแก้ไขปัญหา มีบุคลิกภาพที่ดี

6. ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) หมายถึง ภาพลักษณ์หรือสิ่งให้ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพและเป็นสิ่งที่ให้ผู้บริโภค ได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัด

วางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปธรรมชาติของสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีหลากหลาย แต่ที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจากสินค้าและการบริการในอุตสาหกรรมอื่น คือ ธรรมชาติ 5 ข้อ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติกับธรรมชาตินั้น ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจ

ธรรมชาติ	ความหมาย	แนวทางปฏิบัติ
1. จับต้องไม่ได้ (Intangibility)	ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ จับต้องไม่ได้เหมือนกับสินค้าที่ลูกค้า สามารถจับต้องหรือทดลองก่อนซื้อได้	แผ่นพับที่มีรูปภาพ วิดีทัศน์ สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว ช่วยทำให้เห็นภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้
2. เก็บไว้ไม่ได้ (Perishability)	บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บเข้าโกดังไว้ขายในวันต่อไปได้	ธุรกิจพยายามสร้างความต้องการให้เพียงพอกับกำลังรองรับ
3. ประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยที่แตกต่างกัน (Heterogeneity)	เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับบริการที่มีพนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับ ลูกค้าค่อนข้างมากและสิ่งแวดล้อม ประกอบกันเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากที่จะควบคุมสิ่งที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งได้รับให้ มีประสบการณ์ที่เหมือนกันทุกประการ กับนักท่องเที่ยวคนอื่น	ความพยายามในการลดความแตกต่างในการบริการมีตั้งแต่การจัดตกแต่งสถานที่ให้มีรูปแบบที่คล้ายกัน จะเห็นได้ในโรงแรมที่มีสาขาอยู่หลายแห่ง นอกจากนั้นจะเห็นชุดพนักงาน และรูปแบบการบริการที่ออกแบบให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ตาราง 1 (ต่อ)

ธรรมชาติ	ความหมาย	แนวทางปฏิบัติ
4. การให้บริการ และการใช้ บริการเกิดขึ้น พร้อมกัน (Inseparability)	บริการที่ไม่สามารถจะจัดเตรียมไว้ ล่วงหน้าแล้วให้แก่ผู้ใช้ในภายหลัง แต่การบริการจะถูกสร้างขึ้นเวลา เดียวกัน กับที่ผู้ใช้บริการต้องการใช้ บริการนั้น ด้วยธรรมชาติที่ ผู้ใช้บริการต้องมีส่วนร่วมสูง ดังนั้นจึง เป็นการยากที่จะสร้างบริการที่เป็น มาตรฐานเดียวกัน	การฝึกพนักงานให้มีมาตรฐาน ในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอีกทั้ง สร้างกิจกรรมในการให้ความรู้ ทั้งกับพนักงานและลูกค้า เพื่อ สร้างความพึงพอใจและ แนวทาง ปฏิบัติที่ตรงกัน
5. ขาดสิทธิการครอบครอง (Lack of Ownership)	ถึงแม้ห้องพักเตียงจะได้ใช้บริการ โรงแรม หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวอื่น ๆ แต่สิ่งที่ นักท่องเที่ยวกลับบ้าน คือ ความ ทรงจำและประสบการณ์ในการ ท่องเที่ยวครั้งนั้น	ของที่ระลึก ภาพถ่ายเป็นสิ่งที่ สร้างขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว สามารถนำกลับบ้านได้และยัง ช่วยเตือนความจำถึง ประสบการณ์และสถานที่ ท่องเที่ยวนั้น

2. ราคา (Price) องค์ประกอบส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลและได้รับความสนใจจากทั้งธุรกิจและ ผู้บริโภค ราคาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่ใช้ในหลายวัตถุประสงค์ เช่น การแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การปรับภาพลักษณ์ การแบ่งกลุ่มตลาด และการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ธุรกิจใช้กลยุทธ์ราคาในจุดประสงค์ที่ต่างกันและในสถานการณ์ที่ต่างกัน แต่สิ่งที่สำคัญ คือ การรับรู้ของลูกค้ากับความสัมพันธ์ของราคากับคุณภาพของสิ่งที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ราคาก็เป็นปัจจัยที่ลูกค้าพิจารณาอย่างน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น

จากรายงานวิจัยใน Canada ที่ Stevens ทบทวนและนำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของ ราคา คุณภาพและการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ได้สรุปไว้ว่า องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพลักษณ์ ความสะดวกในการเดินทางสำคัญกว่า เมื่อนักท่องเที่ยวพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยว แต่เมื่ออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวราคาจะมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ข้อสรุปอื่น ๆ 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 ต้องการและคาดหวังบริการคุณภาพดี
11. ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านราคาและคุณภาพ
12. นักท่องเที่ยวสูงอายุและกลุ่มที่มีฐานะดีให้ความสนใจคุณภาพมากกว่าราคา
13. ก่อนเดินทางนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคา แต่แท้จริงแล้วนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพมากกว่า
14. สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ คือคุณภาพการบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: Distribution in Tourism) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีช่องทางการจัดจำหน่ายคล้ายกับสินค้าทั่วไป แต่หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยวมิได้เป็นช่องทางการขาย การกระจายสินค้าหรือทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าแต่อย่างใด ช่องทางการจัดจำหน่ายทำหน้าที่เป็นประตูที่เปิดไปยังแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นตัวเชื้อเชิญให้ไปใช้บริการเนื่องจากบริการนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าอยู่ ณ แหล่ง ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งเป็นธรรมชาติของการบริการทางการท่องเที่ยว

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจตัวกลาง (Intermediaries) กล่าวคือ ธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operators) และตัวแทน

จำหน่าย (Travel Agents) ธุรกิจจัดนำเที่ยว นอกจากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้วยังทำหน้าที่เป็นตัวกลาง อีกทั้งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้รับความนิยมขึ้นทุกวัน คือ ช่องทางตรงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคที่การติดต่อสื่อสารอำนวยความสะดวกให้ช่องทางนี้ขยายตัวในหลายธุรกิจ สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายทำหน้าที่เป็นตัวกลาง หรือเป็นประตูให้ลูกค้าเข้าถึงบริการต่าง ๆ การจองตรงและการขายตรงโดยไม่ผ่านตัวกลางเริ่มมีมากขึ้น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จากที่เป็นเครื่องมือสำคัญของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ปัจจุบันขยายวงกว้างมาถึงลูกค้าอินเทอร์เน็ตทำให้บริการต่าง ๆ ถูกจองได้จากบ้าน

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายเป็นการสื่อสารกับลูกค้าถึงสิ่งที่สินค้าบริการมีให้ โดยการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ คือ การให้ข้อมูล ชักชวน และทำให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้า ซึ่งใช้วิธีการสื่อสาร หลากหลาย โดยวิธีการสื่อสารจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าและบริการ จุดประสงค์ในการสื่อสารและลักษณะของกลุ่มลูกค้า การส่งเสริมการขายมักใช้การสื่อสารที่ ผสมผสานวิธีและช่องทางการสื่อสารสำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการขาย ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงเครื่องมือในการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เครื่องมือ	หมายเหตุ
สื่อโฆษณา	เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต หนังสือแนะนำ แผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์	สื่อทุกชนิดที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย
กิจกรรมส่งเสริมการขาย	การส่งเสริมการขายระยะสั้น อาจพุ่งเป้าไปที่ตัวแทนจำหน่าย พนักงานลูกค้า
จัดการท่องเที่ยวสำหรับสื่อ	จัดให้มีการเยี่ยมชมเพื่อให้ได้ไปสัมผัสสถานที่ บริการให้ได้รับรู้และประทับใจเพื่อให้มีการแนะนำต่อไป เน้นที่ตัวแทนจำหน่ายส่ง (Wholesalers) ปลีก (Retailers) และนักข่าว นักเขียน นักวิจารณ์
จัดแสดง	เพื่อเป็นที่พบปะลูกค้า และเป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนึ่ง
การจัดแสดงและกิจกรรม ณ จุดขาย	สร้างบรรยากาศโดยการจัดสถานที่จัดแสดงเพื่อสร้างภาพลักษณ์

ตาราง 2 (ต่อ)

เครื่องมือ	หมายเหตุ
ส่งไปรษณีย์	การส่งเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ถึงลูกค้าโดยตรง
ให้การสนับสนุน	ให้การสนับสนุนกิจกรรมชุมชน กีฬา และอื่น ๆ

เครื่องมือในการส่งเสริมการขายเหล่านี้ หากใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์และองค์กร ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสื่อที่ใช้มาก คือ การโฆษณาและแผ่นพับ เป็นส่วนผสมที่สำคัญของการส่งเสริมการขายรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งความพิเศษของส่วนผสมทางการตลาด ส่วนการส่งเสริมการขาย คือ บทบาทการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ไม่สามารถทดลองก่อนซื้อได้ให้เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็น จินตนาการ เกิดความคาดหวังกับผลิตภัณฑ์นั้น การส่งเสริมการขายสร้างตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าพิจารณา และเปรียบเทียบสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าได้สัมผัส

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

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการของการให้บริการ เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อนและความหลากหลาย ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการสินเชื่อก่อนระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ ขั้นตอนการอนุมัติเงินกู้ ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ เช่น การปรับเปลี่ยนเงินค่างวดให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของลูกค้าหรือระยะเวลาในการให้กู้ที่เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) การนำเสนอ เป็นการสร้างรูปลักษณะทางกายภาพให้เป็นที่โดนตาโดนใจ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ใน อาคารและลักษณะทาง

กายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของ การบริการได้อย่างชัดเจน ด้วย

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ปรับใช้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) สำหรับการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดนั้น เพื่อให้ได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5A)

ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว หรือปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็น สำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ (Dickman, 1996) ประกอบไปด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นความสามารถในการเข้าถึง มีความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น มีถนน คอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย และการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ ได้แก่

1.1 สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)

1.2 สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE))

1.3 สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions)

1.4 สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

2. กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่หลากหลาย มีกิจกรรม ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ ช่วงเวลาที่พำนัก และท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่าย

ใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ และกิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นต้น

3. การเข้าถึง (Access) เป็นสภาพการเข้าถึง เส้นทางคมนาคม สภาพการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่นโดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใดมีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และคำว่า จ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทางลักษณะการเดินทางและสภาพถนน

การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่นเที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ และสภาพถนนหนทาง นอกจากนี้ การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นสิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัย ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่นร้านอาหาร ร้านค้า ต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อ มูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ- ระบบสาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม และสถานตรวจ โรงพยาบาล เป็นต้น

5. ที่พัก (Accommodation) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พัก ที่เพียงพอ พร้อมทั้ง มีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควร

อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว(Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล-เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมน เป็นต้น

สำหรับทฤษฎี 5A's ของ Tourism Western Australia (2008) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นสิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์
2. กิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พานักท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาที่พักผ่อนของการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สิ่งดึงดูดใจด้านกิจกรรม ด้านคมนาคม ด้านที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย
3. การเข้าถึง สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) เป็นสภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทาง จากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว
4. สิ่งอำนวยความสะดวกสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด
5. ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายในราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการแสดงถึงความภูมิใจของประเทศ ทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และเพื่อเป็นการส่งเสริมจิตสำนึกการอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ ทรงคุณค่าและสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและ ผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของทรัพยากรธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วม ร่วมในชุมชนที่มีต่อขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้อง ได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นไว้ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาและบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจ ต้องได้รับความร่วมมือจากภาคีอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ชุมชน รัฐเจ้าบ้าน ภาคธุรกิจ หรือแม้แต่ภาคีผู้ใช้บริการอย่างนักท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือของภาคีที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว บริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพ รักษาวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ประจำถิ่นให้คงอยู่ ดังนั้น ความสามารถในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต้องดำเนินการสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและทุกระดับ โดยเฉพาะการดำเนินงานในระดับพื้นที่ที่เน้นความร่วมมือจากภาคประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การพัฒนาแผน การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว การประเมินผล การทบทวนแผน และรวมถึงการร่วม รับผลประโยชน์จากการพัฒนาและบริหารแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วย (พัชรินทร์ จิงประวัตติ, 2560)

ปัจจัยและหลักการที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ (Fennel & Cooper, 2020) และ (Dodds & Butler, 2019)

1. มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติและชุมชน (Carrying capacity)
2. มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ชุมชน (Equity)
3. ชุมชนให้ประสบการณ์นันทนาการ ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (Quality of experience)
4. ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับชุมชน ท้องถิ่น (Education and understanding)
5. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและวัสดุในท้องถิ่น (Local architecture and local material)
6. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับ ท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ (Integration of sustainable tourism to local, regional and national plans)
7. เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานในการตัดสินใจ และการติดตามตรวจสอบ (Information & monitoring) เพื่อนำไปสู่การคุ้มครองรักษาและฟื้นฟูระบบนิเวศ การผลิต การบริโภค และการบริการ อยู่บนพื้นฐานของรูปแบบที่ยั่งยืน

ปัจจัยของการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (พัชรินทร์ จิงประวัตติ, 2560) ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) คือสิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจ

ให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็น พื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยว นั้นจะมีนักท่องเที่ยวและ สนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่ง ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้าง ที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่วัดวังเมืองโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมทั้ง กิจกรรมต่าง ๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬาการแสดงการจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เป็นสิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือเรื่องที่พักแรม ไม่ว่าจะเป็น ที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์สิ่งสำคัญอันดับรองลงมาคือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยวตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility) คือการไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจ หรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียว แต่บางคนอาจจะต้องความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักร้านอาหาร เป็นต้น

นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปี พ.ศ. 2561 แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ. 2560 - 2564 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 โดยได้แสดงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

1. เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชั้นนำของโลกที่มีคุณภาพ โดยการเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. เติบโตอย่างมีคุณภาพ ทั้งเรื่องของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

3. ใช้ความเป็นไทยมาเป็นพื้นฐานในการเติบโต โดยนำเอา เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นในภาคส่วนต่าง ๆ มาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อนำเอาจุดเด่นต่าง ๆ เหล่านี้มาสร้างให้เกิดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ต้องปลูกฝังให้ทุกคนรู้สึกรักและภูมิใจในต้นทุน วัฒนธรรมที่เรามี

4. พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม เพื่อเพิ่มรายได้ให้ทั่วถึงทุกภาคส่วน โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แก่ประชาชนในพื้นที่เพื่อให้พวกเขาสามารถนำไปต่อยอดได้เอง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และเป็นแหล่งเพิ่มรายได้ของการท่องเที่ยว

5. พัฒนาอย่างยั่งยืน โดยอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีคุณค่า และเอกลักษณ์ต่าง ๆ พร้อมปลูกจิตสำนึกแก่ประชาชนรักษาสีงแวดล้อมเพื่อให้สามารถอยู่ต่อไปได้อย่าง ยั่งยืนไม่ถูกทำลายไป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ ของประชาชน การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นออกมาใช้ให้ เกิดประโยชน์ในรูปของสินค้าและบริการเกี่ยวกับการนำเที่ยวและมีบทบาทในการกระตุ้นให้ประชาชน ในท้องถิ่นมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมี ส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของมวลมนุษยชาติสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน การอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมอันดีงาม ความภาคภูมิใจในคุณค่า ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของชาติความรู้สึก รักหวงแหนผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัย ประชาชนรู้จัก ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาประดิษฐ์เป็นสินค้าตลอดจนบริการเพื่อรองรับ การท่องเที่ยว และมีแนวโน้มว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจะมีปริมาณสูงขึ้น โดยสังเกตได้จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี (ประภาส อินทนู, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของวัฒนธรรม

จากการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

พระราชบัญญัติวัฒนธรรม พุทธศักราช 2548 (2548) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน

อัครเดช ศีวรักษ์ และเอนก สวະอินทร์ (2560) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม หมายถึง หนทางทั้งหมดแห่งการดำเนินชีวิต รวมทั้งการแสดงออกทางด้านภาษา ศิลปะ ความเชื่อ

ระเบียบประเพณี เป็นต้น ทั้งมีการสืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและยังเป็นแนวทางในการควบคุมและแก้ไขปัญหาสังคม นั้น ๆ ด้วย

วีรชัย สิงห์คา (2562) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีตประเพณีพิธีกรรม และ ภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมกันสร้างสรรค์ สังคม ปฏักฝัง สืบทอด เรียนรู้ ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้เกิดความเจริญงอกงาม ทั้งด้านจิตใจและด้านวัตถุอย่างสันติสุขและยั่งยืน

ประภาส อินทนู (2564) ได้ให้ความหมายของ วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิต ศิลปะ ทุกแขนง รวมถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2565) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม หมายถึง การสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปอีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลกระทบและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย การอนุรักษ์ พัฒนา ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างดุลยภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์ดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

จากความหมายของวัฒนธรรมที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง การสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เป็นวิถีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีตประเพณีพิธีกรรม และ ภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมกันสร้างสรรค์ สังคม ปฏักฝัง สืบทอด เรียนรู้ ปรับปรุงและ เปลี่ยนแปลงให้เกิดความเจริญงอกงาม

2. ประเภทของวัฒนธรรม

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่มั่งคั่งด้วยมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งสืบทอดกันมาช้านาน มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยได้ชัดเจนอาจแบ่งออกได้เป็น 5 สาขา (ประจวบ เอี่ยมผู้ช่วย, 2542; อ้างถึงใน อัครเดช ศิวัรักษ์ และเอนก สวาทอินทร์, 2560) ดังนี้

1. วัฒนธรรมทางภาษาและวรรณคดี ประเทศไทยมีภาษาพูดเป็นของตัวเอง โดยเฉพาะภาษาพูดและภาษาเขียนเป็นภาษาประจำชาติ เรียกว่า ภาษาไทย คนไทยได้สร้างสรรค์ ภาษาและวรรณคดีไทยไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ มาทุกยุคทุกสมัย วรรณคดีเป็น ผลมาจากภาษาเขียน ทำให้เป็นพาหนะสะท้อนให้ทราบถึงสภาพความรู้สึกและอารมณ์ ความคิด ปรัชญา ค่านิยม สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองแบบแผนการเขียนภาษามี 2 แบบ คือ ร้อยแก้ว และร้อยกรอง

2. วัฒนธรรมทางวัตถุ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิตอันมีอยู่มากมายหลายชนิดแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม และความนิยมของท้องถิ่นส่วนใหญ่อาศัยวัสดุที่หาง่ายหรือ มีอยู่ทั่วไปตามท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ไม้ไผ่ หวาย ปอ ใบตาล กะลามะพร้าว ดินเหนียว เป็นต้น ภาชนะและสิ่งของอาทิเช่น กระบุง ตะกร้า ชะลอม ชาม โอ่ง ผ้าทอต่าง ๆ เป็นต้น เราเรียกว่า วัตถุกรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นผลผลิตทางชุมชนในท้องถิ่นจนเกิดเป็นผลงานทางฝีมือที่นิยมยกย่องว่างดงามและประณีต เช่น การทำเครื่องถม การทำเครื่องเงิน เครื่องมุก เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

3. วัฒนธรรมทางจิตใจ คือ เรื่องที่เกี่ยวกับความคิด ความเชื่อและความศรัทธา ในศาสนา ศีลธรรม และจริยธรรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการเป็นมนุษย์ อันจำแนกมนุษย์ให้แตกต่างไปจากสัตว์อื่น ๆ เพราะมนุษย์มีวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือยึดเหนี่ยวมีกฎระเบียบมีวิธีการเรียนรู้รับช่วงสืบทอดกันมาได้ และสร้างสรรค์ด้วยความคิด ปัญญา และอารมณ์ ซึ่งมวลสัตว์ต่าง ๆ ไม่สามารถจะทำได้จึงทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์เพราะวัฒนธรรมทำให้คนเป็นมนุษย์อย่างแท้จริง

4. วัฒนธรรมทางจารีตหรือขนบธรรมเนียมประเพณี ขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นเครื่องผูกพันคนให้อยู่ในสังคมเดียวกัน ทั้งที่เป็นสังคมเมืองหรือเรียกว่า “ประเพณีหลวง” กับท้องถิ่นเรียกว่า “ประเพณีราษฎร์” ขนบธรรมเนียมประเพณีของไทยที่สำคัญ ๆ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

4.1 พระราชประเพณี คือ ประเพณีที่เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ซึ่งปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณ เช่น พระราชพิธีจรดนั่งคัลแรกนาขวัญ พระราชพิธีพืชมงคล และพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นต้น

4.2 จารีตประเพณี คือ ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรมและจิตใจ เช่น การตอบแทนคุณบิดามารดาและบุพการี โดยการเลี้ยงดูท่านเมื่อท่านแก่เฒ่า การเคารพและเชื่อฟังครูอาจารย์ หรือการนับถือบรรพบุรุษ เป็นต้น

4.3 ธรรมเนียมประเพณี คือ ประเพณีที่เกี่ยวกับการปฏิบัติระหว่างบุคคลต่อบุคคลที่สังคมยอมรับ เช่น การทักทายด้วยการกราบไหว้ ลักษณะการกินการอยู่กิริยามารยาท การแต่งกาย เป็นต้น ถึงแม้วัฒนธรรมทางตะวันตกเข้ามาคนไทยยอมรับการเปลี่ยนแปลงแต่ทุกคนต้องไม่ลืมว่าการเป็นคนไทยนั้นยังมีส่วนที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีร่วมกันอยู่เสมอ

5. วัฒนธรรมทางสุนทรียะ คือ การสร้างสรรค์ความงามทางสังคมแบ่งได้เป็นทัศนศิลป์ส่วนหนึ่งและศิลปะการแสดงอีกส่วนหนึ่ง ดังนี้

5.1 ทัศนศิลป์ คือ ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียภาพที่รับรู้ด้วยประสาทตาแบ่งเป็นผลงานวิจิตรศิลป์และประยุกต์ศิลป์

5.2 ศิลปะการแสดง คือ งานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียภาพที่แสดงออกหรือบรรเลงจึงหมายความว่ารวมถึงนาฏศิลป์ การละคร และการดนตรี

3. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

ประภาส อินทนู (2565) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ และสนใจที่จะรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศิลปะทุกแขนง รวมถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้ทราบประวัติ ความ เป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลสมัยอดีตที่ถ่ายทอดมาถึง คนรุ่น หลังผ่านสิ่งเหล่านี้

รุ่งกสิสรณ์ ศรัทธาธนพัฒน์ (2565) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชมเอกลักษณ์ความงดงามทาง วัฒนธรรมศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา เกิดการ สร้างสรรค์และต่อเติมสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นด้วย

กฤษณะ เนียมหอม (2564) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ถึงวิถีการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ศิลปะ เทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ที่มีมานานแล้วหรือที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็น การท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมในชุมชนและท้องถิ่นเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Sivesan (2019) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การ ท่องเที่ยวที่ได้รับแรงคลใจหรือสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักถึงคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทาง

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (2017)) ได้ให้ ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การสร้างสรรค์ประเพณี ขนบธรรมเนียมและ กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน มีจุดหมายปลายทางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันของค่านิยมที่กำหนด ในทางปฏิบัติ

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของ ชุมชน ได้ทั้งความรู้ในด้านต่าง ๆ ของวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น ชื่นชมเอกลักษณ์ความงดงามทาง วัฒนธรรมศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น และยังได้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความผ่อนคลายในระหว่างการท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้าน ซึ่งอิงตาม องค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังต่อไปนี้คือ

4.1 องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจที่ The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC โดย เกรก ริชาร์ด กล่าวถึงไว้ 10 ประการ ได้แก่ (Richards, 2007)

- 4.1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 4.1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- 4.1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- 4.1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 4.1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 4.1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
- 4.1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 4.1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทาน
- อาหาร
- 4.1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่าง ๆ
- 4.1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น
- 4.2 องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมโดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในกาอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 4.3 องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนเป็นกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4.4 องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพโดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้ รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4.5 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีส่วน

ร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

4.6 องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในกรอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ได้กล่าวถึงพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ (5As) ได้แก่

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ หรือจากการที่มนุษย์สร้างขึ้นมาก็ได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป เยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือเส้นทางโครงข่าย ระบบขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง อาทิ ระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงนักท่องเที่ยว และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นการบริการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค/โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อให้มี กิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ประเพณี เทศกาล ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น

5. ด้านพัก (Accommodations) เป็นปัจจัย สำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ เช่น โฮมสเตย์ โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น

จากการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากบรรดาหลากหลายผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า ประกอบด้วย โบราณคดี พิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต ศิลปะ หัตถกรรมประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ เรื่องของดนตรีมหรสพ ภาษา และวรรณกรรม ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรมย่อยเก่าแก่พื้นบ้านทั้งหลาย ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ควรมีการพัฒนาจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

5. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565)

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการบูรณาการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุตัวกิจกรรมนั้น ๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลาย แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและเทคโนโลยี่ และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่นโบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์หายากที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้น ๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทาง วิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่

มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ เป็นการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่าง ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใด ๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้ เป็น เครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความปลอดภัยและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ซึ่งการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ สามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสำคัญของ คะแนน น้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความปลอดภัยและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 5 ประเภท ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่นบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ ศึกษาความเชื่อพิธีกรรมต่าง ๆ ให้ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural tourism/village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษโดดเด่น ให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทำให้ได้ประสบการณ์ใหม่สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า อบ-ประคบสมุนไพร ฝึกกายบริหารฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าสภาพแวดล้อมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

สรุปจากการทบทวนทฤษฎีและศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “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)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

บ้านเสมา หมู่ที่ 7 ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เมืองฟ้าแดดสงยางที่มีการค้นพบไขเสมาจำนวนมาก และเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคุ โดยจากหลักฐานโบราณคดีที่ค้นพบ ทำให้ทราบว่ามีการอยู่อาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์แล้วได้เจริญรุ่งเรืองมากขึ้น ในสมัยทวารวดีราวพุทธศตวรรษที่ 13-15

นอกจากนั้น ยังมีซากศาสนสถานกระจายอยู่ทั่วไป ในเมืองและนอกเมืองมีบางส่วนเก็บไว้ที่วัดโพธิ์ชัยเสมาราม ซึ่งภายในเมืองบางแห่งอยู่ในตำแหน่งเดิมที่พบ และนำไปเก็บรักษาและ

จัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติขอนแก่น ซึ่งหนึ่งในวัดอุโบราณนั้นมีพระสำริดต่าง ๆ มากมาย (ไปเที่ยวใส, 2565)



ภาพประกอบ 2 แผนที่หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
ที่มา : เพจไปเที่ยวใส

บ้านเสมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีแหล่งท่องเที่ยวและบรรยากาศของชุมชนที่สวยงามเรียบง่าย บอกเล่าความงามผ่านวิถีชุมชน การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ การรำบายศรีสู่ขวัญของชุมชนเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน เวียนเทียนรอบองค์พระธาตุยาคุ กราบไหว้ขอพร ตักบาตรทำบุญร่วมกันกับชาวบ้านในพื้นที่ ชมความสวยงามของใบเสมา ขึ้นรถรางนำเที่ยวรอบคูเมือง ชมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและพิพิธภัณฑ์เมืองฟ้าแดดสงยาง ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกที่มีการรวบรวมภาพถ่ายเก่าแก่จัดแสดงความเป็นมาบอกเล่าวิถีชีวิตและประเพณีสำคัญของคนท้องถิ่น ชื่อของฝากของที่ระลึกจากชุมชนที่มีให้เลือกมากมายไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่แปรรูปจากผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึกเช่นกระเป๋าลายผ้าขาวม้า หมอนสี่เหลี่ยมลายผ้าขาวม้าที่เป็นลายเฉพาะของชุมชน ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก และกลุ่มอาหารของฝาก แหนมตุ้มรสเด็ดที่มีขนาดใหญ่พิเศษ

สามารถเก็บไว้ได้นาน กระหึ่ปี่บรรชาติหอมมันอร่อย ขนดอกจอก ขนทองม้วน แคปหมูและสินค้าอื่น ๆ ของชุมชนอีกมากมาย (ทัวร์ออนไทย, 2565) ซึ่งมีรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าชุมชนดังนี้

1. สถานที่ท่องเที่ยววิถีชุมชน

- 1.1 หลวงพ่อทันใจ เมืองฟ้าแดดสงยาง
- 1.2 ศาลเจ้าเมือง (เมืองฟ้าแดดสงยาง)
- 1.3 ช้างใหญ่ชัยมงคล
- 1.4 เจดีย์นางฟ้าหยาด
- 1.5 พิพิธภัณฑ์ใบเสมาหินทราย สมัยทราวดี
- 1.6 วัดโพธิ์ชัยเสมาราม
- 1.7 พระใหญ่
- 1.8 ชิงช้ายักษ์
- 1.9 คูเมืองเก่า กำแพงโบราณ
- 1.10 พระธาตุยาคุ
- 1.11 เจดีย์นางเขียวค่อม
- 1.12 ศูนย์ศึกษาวิถีชีวิตชาวอีสาน
- 1.13 กลุ่มอาชีพจักสาน
- 1.14 ใบเสมาหินทราย
- 1.15 ภาพวาดพระธาตุยาคุ

2. สินค้าและบริการของชุมชน

- 2.1 เนื้ตกรอบผมจากสูง
- 2.2 รุงประดับบ้านเสริมโชคลาภ วาสนา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ประภัสสร โสรมรรค (2565) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว อุดรธานี ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ห้าแยกน้ำพุตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และมีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์

2) ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านที่พัก 3) ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผล ต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการ ท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูล ของแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ธนวิทย์ เพียรดี (2564) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ : กรณีศึกษาบ้านเกาะเคียม ตำบลกันตังใต้ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ คือ ด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เริ่มจากกระบวนการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียว โดยการใช้ แนวคิดการท่องเที่ยวสีเขียวมาใช้เป็นหลักในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการเริ่มต้น และมีหน่วยงานภาครัฐ

2) ด้านองค์กรชุมชน จำเป็นต้องมีการจัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาชุมชนสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว โดยใช้หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการ ดำเนินงานตามแผน 3) ด้านการจัดการชุมชนต้องร่วมกันสร้างกติกาตามลักษณะเฉพาะของชุมชนให้ชัดเจนและควรมีกฎระเบียบและระบบกำกับดูแลเพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของ พื้นที่และสิ่งแวดล้อมชุมชน 4) ด้านการเรียนรู้ ชุมชนควรเพิ่มการเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้สีเขียวที่มีอยู่เดิม ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวสุขภาพ การท่องเที่ยวอาสาสมัครและการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น และทุกกิจกรรมให้มีส่วนร่วมระหว่าง ชุมชนและนักท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณ และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวสีเขียว และที่สำคัญผู้ประกอบการภาคเอกชนควรให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวแบบมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอรายการนำเที่ยวประเภทนี้แก่นักท่องเที่ยว

ศิริพร ถาวรวิสิทธ (2564) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดน่านมี ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ

โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอลายโบราณและเครื่องเงิน นอกจากนี้ทุก ฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาสนับสนุน ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการพัฒนา สร้างมรดกยุคท้องถิ่น สร้างความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยนำ ข้อมูลวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตและกลุ่ม ชาติพันธุ์การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนา เครือข่ายภาคีท่องเที่ยว ยกกระตือรือร้นคุณภาพของการบริการของบุคลากร ท้องถิ่น การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมาย และทิศทางเดียวกัน คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษา แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้า บ้านที่ดี4) การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึก ในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้อง ถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มี ไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอ ความเป็น อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

ศิวธิดา ภูมิวรรณ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยว โดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอนาหว้า จังหวัดสกลนคร พบว่า 1) ข้อมูล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่ จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญา ประกอบอาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการเป็นส่วน ใหญ่ มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และ ส่วนใหญ่ทราบข่าวการ ส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยความต้องการทาง การท่องเที่ยวในรูปแบบ พักผ่อนและเติมเต็มให้กับชีวิต ที่มีสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญา 2) ผล การศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (7 P's) พบว่า ภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพและการ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจ ำหน่ายและด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริม การตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

แสงรวี เกตุสุวรรณ (2563) ได้ศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีสถานภาพ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อ สถานที่ แตกต่างกันในส่วนของปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านจำนวนสถานที่ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมที่ตั้งใจจะไป พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว

ด้านที่ปักในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ส่วนด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อสถานที่ พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ปักในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปด้วยเช่นกัน

อรไท ครุฑเวช (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมชุมชนชาวเลบ้านแหลมตึกแก จังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า ชุมชน ชาวเลบ้านแหลมตึกแก มีศักยภาพโดดเด่นทางวัฒนธรรมเชิงชาติพันธุ์ จุดแข็งของหมู่บ้าน คือ อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ภาษา ศิลปะการแสดง จุดอ่อน คือ ความไม่พร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ โดยมีโอกาสจากนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐในท้องถิ่นที่ให้การสนับสนุนเรื่องงบประมาณและสถานที่ และอุปสรรคที่สำคัญ คือ ความต่อเนื่องของการสนับสนุนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การวิจัยอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน เสนอด้าน แนวทางพัฒนาและบริหารจัดการ 10 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การบริหารรายได้ ความร่วมมือ ความปลอดภัย การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ การมีส่วนร่วม การจัดการผลิตภัณฑ์ และงานสถาปัตยกรรม รวมถึงเสนอหลักการ ทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน

กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562) ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี พบว่า 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรีจะมีความแตกต่างกันในด้านการศึกษา และประสบการณ์การท่องเที่ยว 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ในภาพรวม โดยมีอำนาจการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 55 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ในภาพรวม ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ราคา บุคลากร และผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ต้องอาศัย ความเข้าใจของ ปัจจัยที่ดึงดูดและปัจจัยที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงบอกต่อในความประทับใจของสถานที่เที่ยวให้คนที่รู้จัก เป็นการพัฒนาส่วนประสมการตลาดไปสู่ความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย

กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเข้าใจ และมีความพร้อมใน การจัดการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนมี ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้น ไตรภาคี คือ ภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น

คำถึงนึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน รวม ถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและ ขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ก็ยังมีความต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต

กิตติยา พุกขากิจ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า มีชาวชองในพื้นที่จำนวน 6 ครัวเรือน มีการแลกเปลี่ยน พุดคุย ใช้ภาษาชอง ดำเนินชีวิตด้วยการใช้อาหารจากสมุนไพร ปลูกพืช ผัก สมุนไพร ตามวิถี ชีวิตแบบพอเพียง อนุรักษ์งานหัตถกรรมพื้นบ้าน เสื้อผ้าแพ เสื้อคลุม การสานกระบุง กระดัง เป็น ต้น มีการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพรแบบชอง ตลอดจนความเชื่อทางไสยศาสตร์ ดูดวงชะตา ทำนาย ทายทัก ในเรื่องต่าง ๆ โดยใช้ขันน้ำมนต์ เป็นต้น ด้านการแสดงเอกลักษณ์วัฒนธรรม มีการรำการ แสดงของชอง เพื่อให้เห็นวัฒนธรรม วิถีชีวิต แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) จัดให้มีการนำเสนอรูปแบบการสร้างหมู่บ้านชองและพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2) การสร้างสาธารณูปโภค ถนนทางเข้าหมู่บ้าน ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ที่ยังคงมีสภาพปัญหา ให้เข้าถึงหมู่บ้านได้สะดวก สบายมากขึ้น 3) การจัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ หมู่บ้านชองในหมู่ที่ 5 ตำบลจันทเขลม 4) การช่วยเหลือจากหน่วยงาน ภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน 5) การปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชน 6) การประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ ทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ปรีชญา บุญเดช (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 กล่าวคือ มีความต้องการในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 กล่าวคือ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย อายุ ภูมิฐานะ และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรังที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่แตกต่างกัน เมื่อคำนวณหาค่าความต่างหรือช่องว่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวมากกว่าศักยภาพการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ทุกด้าน โดยช่องว่างที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนามากที่สุด ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2561) ได้ศึกษาวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับสำคัญและคุณค่า

ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มคุณค่าทางประสบการณ์นักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในพื้นที่นั้น ๆ โดยเฉพาะ ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งนโยบายปัจจุบันของรัฐบาลไทยเน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือ ชุมชนโดยเน้นการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำประวัติศาสตร์ศิลปะท้องถิ่น วิถีชีวิตพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น รวมถึงวรรณกรรม ดนตรีและหัตถกรรมพื้นบ้านมาจัดให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สโรชา อมรพงษ์มงคล (2561) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า การจัดการของเมือง มัลลิกา มีข้อเด่นในด้านการจัดการองค์กร และการควบคุม แต่ยังขาดการจัดการด้านการวางแผน และการเป็นผู้นำ เนื่องด้วยเมืองมัลลิกาดำเนินกิจการด้วยการจัดการแบบครอบครัวที่อยู่กันด้วยความ เข้าใจทำให้สามารถดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ในส่วนของการประเมินความจริงแท้มิติของตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี ค่าเฉลี่ย 3.07 ในขณะที่กระบวนการสร้างสรรค์ในเรื่องของการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้มากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ย 3.94 สรุปได้ว่าในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการนำกระบวนการสร้างสรรค์มาใช้มาก และ คำนึงถึง ความจริงแท่น้อย ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรายอื่นนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบคล้ายกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลส่วนประสมการตลาดที่มีต่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดน น้ำลำพญา พบว่า องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำลำพญา โดยแต่ละด้านพบว่า ตัวชี้วัดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด และตัวชี้วัดด้านการส่งเสริมการขายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด ส่วนค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละตัวชี้วัดของประสิทธิภาพการท่องเที่ยวตลาดน้ำลำพญาพบว่า ตัวชี้วัด ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด และตัวชี้วัดด้านการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด

นันทิสรา วุฒิกรรมรักษา (2561) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของ ภาคเหนือตอนบน จังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน น่าน แพร่ และพะเยา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด ใน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยว มากที่สุดคือด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Queensland Tourism Industry Council (2020) ได้ศึกษาการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวตามหลักการประกันคุณภาพและการจัดการแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด ผลการวิจัยพบว่า การรับรองคุณภาพการท่องเที่ยว หรือ Quality Tourism Accreditation เป็นโดยธุรกิจการท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองคุณภาพจะได้รับ การยอมรับว่าเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพมีจริยธรรม และเชื่อถือได้ นอกจากนี้การจัดทำเอกสาร แนวทาง ปฏิบัติและขั้นตอนการเสนอขอการรับรองคุณภาพการท่องเที่ยวจึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนา สถานประกอบการที่มีประโยชน์สร้างความน่าเชื่อถือ ความสม่ำเสมอ และความสามารถในการคาดการณ์ ในการดำเนินธุรกิจในทางกลับกัน การรับรองคุณภาพการท่องเที่ยวนี้นำมาซึ่งการประกันคุณภาพการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นและความพึงพอใจและสนับสนุนความยั่งยืนในระยะยาว

Liu, Zhao, & Liu (2018) ได้ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะในเขตอนุรักษณ์ธรรมชาติภูเขาฉางไป ในเมืองฉางซุน มณฑลจี๋หลิน ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการศึกษา พบว่า จากการเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับเกิดโรคระบาด COVID-19 ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะในเมืองฉางซุน มณฑลจี๋หลิน ต้องซบเซาลงเช่นกัน สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการปิด กิจการลง ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต ของตนเอง แหล่งท่องเที่ยวของเมืองฉางซุนภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร คุณภาพการบริการของพนักงานและ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมการเล่นหิมะและน้ำแข็งจึงลดลง เพราะขาดเงินหมุนเวียน ทำให้สถานที่ที่มีความเสื่อม โทรมไป ขาดการดูแลเอาใจใส่และทำให้นักท่องเที่ยวไม่ยอมมาเที่ยว ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Zhang (2018) ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะในเมืองฉางซุนมณฑลจี๋หลิน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะอยู่ในประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญในเมืองฉางซุนมณฑลจี๋หลิน ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ ท่องถิ่น อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่รุนแรง ทำให้การท่องเที่ยวเมืองฉางซุน มณฑลจี๋หลิน จึงต้องหาแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและหิมะให้มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยว

Yang, Yang, Sun, Huang, & Ge (2017) ได้ศึกษาแนวทางการเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเทศกาลหิมะและน้ำแข็งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในเทศกาลหิมะและน้ำแข็งจึงมีบทบาทสำคัญในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านการท่องเที่ยว ด้านกีฬา ด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศอย่างคุ้มค่า ดังนั้น การพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิด รายได้และการจ้างงานของคนในพื้นที่ อีกทั้งยังทำให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของ ประชาชนอย่างต่อเนื่องในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งผลให้ความต้องการท่องเที่ยวของประชาชนเพิ่มขึ้น เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่น และ แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวโดยทั่วไป เช่น การท่องเที่ยวหิมะน้ำแข็งและหิมะ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในช่วงฤดูหนาวของเมืองฉางชุน ซึ่งมีความแตกต่างและดึงดูดใจ ในการท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมสันทนาการที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรม การชมทิวทัศน์ของน้ำแข็งและหิมะ

Steliana Cojocariu (2017) ได้ศึกษาการพัฒนาเส้นทางวัฒนธรรม : ทรัพย์สินล้ำค่าโรมานีเย ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเส้นทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมืออันทรงคุณค่าสำหรับการเจรจา ระหว่างวัฒนธรรมในระดับรากหญ้า และมีส่วนทำให้เกิดความสามัคคีในสังคมผ่านการพัฒนาหัวข้อที่ สร้างแรงบันดาลใจและกิจกรรมการมีส่วนร่วม ในขณะเดียวกัน สภายุโรปก็เป็นแนวทางในอุดมคติในการดำเนินการตามค่านิยมที่ส่งเสริมประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงวัฒนธรรมสำหรับทุกคน ข้อเสนอเส้นทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในระดับยุโรปนั้นอุดมสมบูรณ์เป็นพิเศษ ทางเลือกของเส้นทางวัฒนธรรมที่สำคัญของยุโรปถูกกำหนดโดยเกณฑ์พื้นฐานของสภายุโรป บทความนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเส้นทางวัฒนธรรมในโรมานีเย ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีค่า โดยมีคุณสมบัติที่จำเป็นทั้งหมด และนำเสนอเนื้อหา ข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์สำหรับทั้งธุรกิจ ในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีการนำเสนอกรอบการทำงานทั่วไปสำหรับการประเมินและการวัดผลกระทบของแผนการเดินทางทางวัฒนธรรม โดยกำหนดมูลค่าผลลัพธ์ของทั้งสองโครงการที่พัฒนา โดยทางการโรมานีเย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากคณะกรรมการธิการยุโรป

CrosDu Cros and McKercher (2014) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน นั้น ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดที่จะอนุรักษ์มรดกของชาติที่เน้นสิ่งที่จับต้องได้ (Conservation of Tangible Heritage) ไปเป็นการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้โดยใช้การท่องเที่ยว (Intangible Heritage in Tourism) ซึ่งก็คือทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทของสังคมปัจจุบัน จึงถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นมุ่งเน้นการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อน ทำผู้เยี่ยมชมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

ตาราง 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
ประภัสสร โสรมรรค (2565)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านที่พัก ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผล ต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน
ธนะวิทย์ เพียรดี (2564)	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ : กรณีศึกษาบ้านเกาะเคียม ตำบลกันตัง อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เริ่มจากกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียว โดยการใช้ แนวคิดการท่องเที่ยวสีเขียวมาใช้เป็นหลักในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการเริ่มต้น และมีหน่วยงานภาครัฐ ด้านองค์กรชุมชน จำเป็นต้อง

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		มีการจัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาชุมชนสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว โดยใช้หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการดำเนินงานตามแผน ด้านการจัดการ ชุมชนต้องร่วมกันสร้างกติกาตามลักษณะเฉพาะของชุมชนให้ชัดเจนและ ควรมีกฎระเบียบและระบบกำกับดูแลเพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของ พื้นที่และสิ่งแวดล้อมชุมชน
ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ (2564)	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน	การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีชีวิตและกลุ่มชาติพันธุ์ การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนา เครือข่ายภาคีท่องเที่ยว ยกกระตือรือร้นคุณภาพของการบริการของบุคลากรท้องถิ่น การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมาย และทิศทางเดียวกัน คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้า บ้านที่ดี และการส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ชนบธรรมนิยมประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอ ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
ศิริธิดา ภูมิวรรณ (2564)	ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา หมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุรินทร์	ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (7 P's) พบว่า ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพและการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ
แสงรวี เกตุสุวรรณ (2563)	องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป	องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ส่วนด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อสถานที่ พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ด้วยเช่นกัน
อรไท ครุฑเวช (2563)	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมชุมชนชาวเลบ้านแหลมตึกแก จังหวัดภูเก็ต	ชุมชนชาวเลบ้านแหลมตึกแกมีศักยภาพโดดเด่นทางวัฒนธรรมเชิงชาติพันธุ์ จุดแข็งของหมู่บ้าน คือ อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ภาษา ศิลปะการแสดง จุดอ่อนคือ ความไม่พร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐโดยมีโอกาจากนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐในท้องถิ่นที่ให้การสนับสนุนเรื่องงบประมาณและ

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		สถานที่ และอุปสรรคที่สำคัญ คือ ความต่อเนื่องของการสนับสนุนจากภาคีที่เกี่ยวข้อง การวิจัยอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน เสนอด้านแนวทางพัฒนาและบริหารจัดการ 10 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การบริหาร รายได้ ความร่วมมือ ความปลอดภัย การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ การมีส่วนร่วม การจัดการ ผลิตภัณฑ์ และงานสถาปัตยกรรม รวมถึงเสนอหลักการ ทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน
กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562)	แนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ในภาพรวม โดยมีอำนาจการพยากรณ์เท่ากับ ร้อยละ 55 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ในภาพรวม ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ราคา บุคลากร และผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี ต้องอาศัย ความเข้าใจของ ปัจจัยที่ดึงดูดและปัจจัยที่ใช้ดันให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงบอก ต่อในความประทับใจของสถานที่เที่ยวให้คนที่รู้จัก เป็นการพัฒนาส่วนประสมการตลาดไปสู่ความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเปลี่ยนแปลง

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		ของเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย
กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ (2561)	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเข้าใจและ มีความพร้อมใน การจัดการพัฒนาชุมชน ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากทุกคนในชุมชนมี ส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนมี ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมโดยเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่ง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้น ไตรภาคี คือ ภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น คำถึงนึ่งอัตลักษณ์ ของชุมชน รวม ถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และ ขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อให้เกิดการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ก็ยังมีความต้องการ สนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ ประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ต่อไปได้ใน อนาคตแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม อย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) จัดให้มีการนำเสนอรูปแบบการสร้างหมู่บ้าน ของและพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชน 2) การสร้างสาธารณูปโภค ถนนทางเข้าหมู่บ้าน ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ที่ ยังคงมีสภาพปัญหา ให้เข้าถึงหมู่บ้านได้สะดวก
กิตติยา พุกษากิจ (2561)	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันท เขลม อำเภอเขาชัยมงคล จังหวัด จันทบุรี	

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		สบายมากขึ้น 3) การจัดสร้างศูนย์การเรียนรู้หมู่บ้านชองในหมู่ที่ 5 ตำบลจันทเขลม 4) การช่วยเหลือจากหน่วยงาน ภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน 5) การปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชน 6) การ ประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ ทั้งการสนับสนุนจาก ภาครัฐ เอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ปรัชญา บุญเดช (2561)	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง	นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด กล่าวคือ มีความต้องการในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด กล่าวคือ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย อายุ ภูมิสำเนา และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรังที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่แตกต่างกัน เมื่อคำนวณหาค่าความต่างหรือช่องว่างขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการท่องเที่ยว

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		มากกว่าศักยภาพการท่องเที่ยวถ้าเลขาธิการ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ทุกด้าน โดย ช่องว่างที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขและ พัฒนามากที่สุด ได้แก่ ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช (2561)	วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับคุณค่าและความสำคัญและคุณค่าทาง ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากร วัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่ม คุณค่าทางประสบการณ์นักท่องเที่ยว และ ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทาง วัฒนธรรมของท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจึงมีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในพื้นที่นั้น ๆ โดยเฉพาะ ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งนโยบายปัจจุบันของรัฐบาลไทยเน้นคุณค่า ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือ ชุมชนโดยเน้นการ สร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำ ประวัติศาสตร์ศิลปะท้องถิ่น วิถีชีวิตพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น รวมถึงวรรณกรรม ดนตรีและ หัตถกรรมพื้นบ้านมาจัดให้เป็นผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สโรชา อมรพงษ์ มงคล (2561)	การจัดการการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี	การจัดการของเมือง มัลลิกา มีข้อเด่นในด้าน ของการจัดการองค์กร และการควบคุม แต่ยังมี ขาดการจัดการด้านการวางแผน และการเป็น ผู้นำ เนื่องด้วยเมืองมัลลิกาดำเนินกิจการด้วย การจัดการแบบครอบครัวที่อยู่กันด้วยความ เข้าใจทำให้สามารถดำเนินงานเป็นไปตาม

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		เป้าหมาย ในส่วนของการประเมินความจริงแท้ มิติของตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับปาน กลาง ในขณะที่กระบวนการสร้างสรรค์ในเรื่อง ของการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้มากที่สุด โดยมี สรุปได้ว่าในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการ นำกระบวนการสร้างสรรค์มาใช้มาก และ คำนึงถึง ความจริงแท้ด้วย ซึ่งจากผลการวิจัย สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรายอื่นนำ ความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยว ในรูปแบบคล้ายกันเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยว
เพชรภรณ์ ชัชวาล ชาญชนกิจ (2561)	อิทธิพลส่วนประสมการตลาด ที่มีต่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ตลาดน น้ำลำพญา	องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดมี อิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดน้ำลำพญา โดยแต่ละด้าน พบว่า ตัวชี้วัดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด และตัวชี้วัดด้านการ ส่งเสริมการขายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อย ที่สุด ส่วนค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละ ตัวชี้วัดของประสิทธิภาพการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ลำพญาพบว่า ตัวชี้วัด ด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด และตัวชี้วัดด้านการตลาดมีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบน้อยที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
นันทิสรา วุฒิภิรม รักษา (2561)	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เมืองรองของ ภาคเหนือตอนบน จังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน น่าน แพร่ และพะเยา	นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดมากที่สุดใน ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้าน ส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้าน ผลิตภัณฑ์ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยว มากที่สุดคือ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ตามลำดับ
Queensland Tourism Industry Council (2020)	การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวตาม หลักการประกันคุณภาพและการ จัดการแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด	การรับรองคุณภาพการท่องเที่ยว หรือ Quality Tourism Accreditation เป็นโดยธุรกิจการ ท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองคุณภาพจะได้รับ การยอมรับว่าเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพมี จริยธรรม และเชื่อถือได้นอกจากนี้การจัดทำ เอกสาร แนวทาง ปฏิบัติและขั้นตอนการเสนอ ขอการรับรองคุณภาพการท่องเที่ยวจึงทำหน้าที่ เป็นเครื่องมือในการพัฒนา สถานประกอบการ ที่มีประโยชน์สร้างความน่าเชื่อถือ ความ สม่ำเสมอ และความสามารถในการคาดการณ์ ในการดำเนินธุรกิจในทางกลับกันการรับรอง คุณภาพการท่องเที่ยวนี้นำมาซึ่งการประกัน คุณภาพการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นและความ พึงพอใจและสนับสนุนความยั่งยืน ในระยะยาว

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
Liu, Zhao, & Liu (2018)	ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว น้ำแข็งและหิมะในเขตอนุรักษ ธรรมชาติภูเขางาโป ในเมืองฉางชุน มณฑลจี๋หลิน ในประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	จากการเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับ เกิดโรคระบาด COVID-19 ส่งผลทำให้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะใน เมืองฉางชุน มณฑลจี๋หลิน ต้องซบเซาลงเช่นกัน สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการปิด กิจการลง ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและ เอกชนต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต ของตนเอง แหล่งท่องเที่ยว ของเมืองฉางชุนภายใต้ สถานการณ์ COVOD-19 ไม่ได้รับการพัฒนา เท่าที่ควร คุณภาพการบริการของพนักงานและ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมการเล่นหิมะและ น้ำแข็งจึงลดลง เพราะขาดเงินหมุนเวียนทำให้ สถานที่มีความเสื่อม โทรมไป ขาดการดูแลเอา ใจใส่และทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากมาเที่ยว ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงการ ดำเนินงาน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาล ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
Zhang (2018)	การพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำแข็ง และหิมะในเมืองฉางชุนมณฑลจี๋หลิน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	กิจกรรมการท่องเที่ยวน้ำแข็งและหิมะอยู่ ในประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ เป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญในเมือง ฉางชุน มณฑลจี๋หลิน ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ ท้องถิ่น

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
		อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่รุนแรง ทำให้การท่องเที่ยวเมืองฉางชุน มณฑลจี๋หลิน จึงต้องหาแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แข่งและหิมะให้มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยว
Yang, Yang, Sun, Huang, & Ge (2017)	แนวทางความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเทศกาลหิมะและน้ำแข็งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	การพัฒนาการท่องเที่ยวในเทศกาลหิมะและน้ำแข็งจึงมีบทบาทสำคัญในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านการท่องเที่ยว ด้านกีฬา ด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศอย่างคุ้มค่า ดังนั้น การพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้เกิด รายได้และการจ้างงานทำของคนในพื้นที่ อีกทั้งยังทำให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานคุณภาพชีวิต และความ เป็นอยู่ของ ประชาชนอย่างต่อเนื่องในประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งผลให้ความต้องการท่องเที่ยวของประชาชนเพิ่มขึ้น เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่น และ แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยว โดยทั่วไป เช่น การท่องเที่ยวบนน้ำแข็งและหิมะ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในช่วงฤดูหนาวของเมืองฉางชุน ซึ่งมีความแตกต่าง

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
Steliana Cojocariu (2017)	การพัฒนาเส้นทางวัฒนธรรม : ทรัพย์สินล้ำค่าโรมาเนีย	และดึงดูดใจ ในการท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรม สันติภาพที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วม กิจกรรม การชมทิวทัศน์ของน้ำแข็งและหิมะ การพัฒนาเส้นทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมืออัน ทรงคุณค่าสำหรับการเจรจาหาทางวัฒนธรรม ในระดับรากหญ้า และมีส่วนทำให้เกิดความ สามัคคีในสังคมผ่านการพัฒนาหัวข้อที่สร้างแรง บันดาลใจและกิจกรรมการมีส่วนร่วม ใน ขณะเดียวกัน สภายุโรปก็เป็นแนวทางในอุดม คติในการดำเนินการตามคำนิยามที่ส่งเสริม ประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน ซึ่งรวมถึงการ เข้าถึงวัฒนธรรมสำหรับทุกคน ข้อเสนอเส้นทาง วัฒนธรรมต่าง ๆ ในระดับยุโรปนั้นอุดมสมบูรณ์ เป็นพิเศษ ทางเลือกของเส้นทางวัฒนธรรมที่ สำคัญของยุโรปถูกกำหนดโดยเกณฑ์พื้นฐาน ของสภายุโรป บทความนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนา เส้นทางวัฒนธรรมในโรมาเนีย ซึ่งเป็นทรัพย์สิน ที่มีค่า โดยมีคุณสมบัติที่จำเป็นทั้งหมด และ นำเสนอเนื้อหา ข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์สำหรับทั้ง ธุรกิจท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีการนำเสนอ กรอบการทำงานทั่วไปสำหรับการประเมินและ การวัดผลกระทบของแผนการเดินทางทาง วัฒนธรรม โดยกำหนดมูลค่าผลลัพธ์ของทั้งสอง โครงการที่พัฒนาโดยทางการโรมาเนีย ซึ่งได้รับ ทุนสนับสนุนจากคณะกรรมการธิการยุโรป

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	สรุปผลวิจัย
CrosDu Cros and McKercher (2014)	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในปัจจุบันนั้น	แนวคิดที่จะอนุรักษ์มรดกของชาติที่เน้นสิ่งที่ จับต้องได้ (Conservation of Tangible Heritage) ไปเป็นการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมที่ จับต้องไม่ได้โดยใช้การท่องเที่ยว (Intangible Heritage in Tourism) ซึ่งก็คือทรัพยากรทาง วัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถี ชีวิต ความเชื่อและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบท ของสังคมปัจจุบันจึงถูกปรับเปลี่ยนไปเป็น มุ่งเน้นการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อน ทำผู้เยี่ยมชมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ ซึ่งวัฒนธรรม



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการผสมผสานกันระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ แบบสำรวจ และแบบสอบถาม (Questionnaires) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน มีดังนี้

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ตามสถิตินักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2563 จำนวน 60,976 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564)

1.1.2 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์โดยกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 3 คน (เทศบาลตำบลหนองแปน, 2566) จาก 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเสมา บ้านข้าวหลาม บ้านหนองแปน บ้านสงยาง และบ้านดอนยาง

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา จำนวน 60,976 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental

Random Sampling) ด้วยสูตรคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.2.2 ประชาชนในหมู่บ้านของชุมชนบ้านเสมา โดยกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 3 คน โดยเปิดตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1980) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) ดังตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนแบบสอบถามที่เก็บกับหัวหน้าครัวเรือนตามพื้นที่วิจัย

ประชากร	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)
หมู่ที่ 1 (บ้านเสมา)	180	63
หมู่ที่ 2 (บ้านข้าวหลาม)	145	51
หมู่ที่ 3 (บ้านหนองแปน)	116	40
หมู่ที่ 4 (บ้านสงยาง)	199	69
หมู่ที่ 13 (บ้านดอนยาง)	75	26
รวม	791	249

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 30 คน มีดังนี้

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1.1 ประชาชนในหมู่บ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 916 คน (เทศบาลตำบลหนองแปน, 2564)

2.1.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา ประกอบด้วย อบต. ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วย เป็นต้น

2.1.3 ภาคเอกชน คือ กลุ่มผู้ประกอบการในบ้านเสมา ประกอบด้วย เจ้าของที่พักแบบโฮมสเตย์ เจ้าของร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบ้านเสมา มี 3 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส

หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

2.2.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา จำนวน 10 คน เป็นตัวแทนกลุ่มผู้นำขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำองค์กรชุมชน ปราชญ์ ตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนพื้นที่ทั้ง 3 หมู่บ้าน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และ อบต. นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ ตัวแทนจาก อบต. และ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2.3 กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ประกอบด้วย เจ้าของที่พักแบบโฮมสเตย์ 5 คน เจ้าของร้านค้า 5 คน รวมจำนวน 10 คน ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มี 3 ประเภท ดังนี้

1. แบบสำรวจแบบมีโครงสร้าง จำนวน 15 ฉบับ เพื่อค้นหาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมาจากกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 3 คน โดยข้อคำถาม มี 5 ด้าน เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมาลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสำรวจแสดงความคิดเห็น

2. แบบสอบถามนักท่องเที่ยว (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิสำเนา วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่านเดินทางมา

ท่องเที่ยวหมู่บ้านทำสาวาร่วมกับกลุ่มใด พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่ ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก ระยะเวลาการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา และท่านรู้จักหมู่บ้านทำสาวารจากช่องทางใด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 21 ข้อ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ข้อ ด้านราคา จำนวน 3 ข้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 3 ข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 3 ข้อ ด้านบุคคล จำนวน 3 ข้อ ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ จำนวน 3 ข้อ และด้านกระบวนการ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมาตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

3. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จำนวน 15 ฉบับ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมาทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 3 คน โดยข้อคำถาม มี 3 ด้านซึ่งได้สร้างตามแนวคิดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 การศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวข้อง จากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

2. จัดทำเครื่องมือวิจัยทั้ง 3 ประเภท ตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึงความมุ่งหมายของการวิจัย

3. นำแบบสำรวจ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน คือ

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัณทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

4.2 อาจารย์ ดร.สุวัชร ศรีจองแสง

4.3 อาจารย์ ดร.วันทกัญจน์ สีมาโรฤทธิ์

5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดลอง ใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.416 – 0.948 (ตารางที่ 11 ภาคผนวก ง) สอดคล้องกับ Nunnally (1987 : 12) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

6. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.960 – 0.975 (ตารางที่ 11 ภาคผนวก ง) สอดคล้องกับ Nunnally และ Berstein (1994) ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

7. ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปขอหนังสือจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

8. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจแบบมีโครงสร้าง และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อค้นหาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและทีมงาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจ สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน

2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวและแบบสอบถามประชาชนในชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีผู้ช่วยจำนวน 2 คน รวมผู้วิจัยเป็น 3 คน โดยผู้วิจัยได้อธิบาย แนะนำ วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กับผู้ช่วยเข้าใจก่อนทำการเก็บข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ในหมู่บ้านเสมา จากนั้นนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3. การเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับสอบถามกลุ่มผู้นำองค์กรชุมชน จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

การจัดกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวและแบบสอบถามประชาชนในชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

จากนั้นดำเนินการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา โดย
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ร้อยละ (Percentages)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้ การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient Mathod) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ทฤษฎีการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมาที่จับต้องได้

1.1 สถานที่

ชุมชนหมู่บ้านเสมา ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เป็นเมืองโบราณ มีชื่อเรียกว่า เมืองฟ้าแดดสงยาง โดยมีการค้นพบใบเสมาจำนวนมาก และเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคู ที่มีหลักฐานทางโบราณคดี ทำให้ทราบว่ามีการอาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และมีความเจริญรุ่งเรืองมากในสมัยทวารวดี ราวพุทธศตวรรษที่ 13 – 15 โดยมีสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1.1.1 พระธาตุยาคู

พระธาตุยาคูเป็นหนึ่งในโบราณสถานที่พบในเขตเมืองฟ้าแดดสงยาง สันนิษฐานว่าสร้างในยุควัฒนธรรมทวารวดี ภายหลังมีการบูรณะซ่อมแซม มีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานหลายยุคหลายสมัย โดยองค์พระธาตุยาคูมีการผสมผสานรูปแบบการก่อสร้างไว้ถึง 3 ยุคสมัย คือ ทวารวดี อยุธยา และรัตนโกสินทร์ ทำให้สันนิษฐานได้ว่า ส่วนฐานขององค์พระธาตุเป็น รูปสี่เหลี่ยมย่อมุม ประดับด้วยปูนปั้นมีบันไดทางขึ้น 4 ทิศ เป็นสถาปัตยกรรมที่น่าจะสร้างขึ้นในสมัยทวารวดี ต่อมาคงปรักหักพังไปตามกาลเวลา ครั้นถึงสมัยอยุธยาคงมีการก่อสร้างเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยมซ้อนทับฐานเดิม กระทั่งได้มีการต่อเติมส่วนยอดให้สูงขึ้นอีกในสมัยรัตนโกสินทร์ สันนิษฐานว่าเป็นสิ่งเดียวที่ไม่ถูกทำลายหลังจากเมืองต้องตกเป็นฝ่ายพ่ายแพ้สงครามต่อเชียงใหม่ตั้งแต่อดีต คำว่าญาคูในภาษาอีสานหมายถึงพระสงฆ์ผู้ได้รับความเคารพหรือบวชมานาน เชื่อว่าพระธาตุองค์นี้สร้างขึ้นเพื่อบรรจุอัฐิของพระผู้ใหญ่ว่า จึงเรียกกันว่าพระธาตุยาคู (สิทธิชัย ระหาญนอก, 2564)

พระธาตุยาคู เดิมเรียกว่า “พระธาตุใหญ่” ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน เมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2480 และประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานธาตุใหญ่ หรือพระธาตุยาคู หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2525 มีเนื้อที่ประมาณ 6 ไร่ 2 งาน (ประกาศกรมศิลปากร เรื่อง กำหนดเขตที่ดินโบราณสถาน, 2525) ปัจจุบันอยู่ในการดูแลรับผิดชอบของสำนักศิลปากรที่ 9 อุบลราชธานี นอกจากนี้ยังพบว่า นักการเมืองท้องถิ่น พ่อค้าคหบดีชาวอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้บริจาคทรัพย์เพื่อซื้อที่ดินของราษฎรบริเวณ ใกล้เคียงกับเขตโบราณสถาน เพื่ออุทิศเป็นที่ดินสาธารณประโยชน์ สำหรับใช้จัดกิจกรรมต่าง ๆ บนพื้นที่โดยรอบพระธาตุยาคูอีกด้วย (สิทธิชัย ระหาญนอก, 2564)



ภาพประกอบ 3 พระธาตุยาคุ

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

1.1.2 วัดโพธิ์ชัยเสมาราม

วัดโพธิ์ชัยเสมาราม หรือเดิมชื่อวัดบ้านก้อม ตั้งอยู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ตรงข้ามกับทางเข้าเมืองฟ้าแดดสงยาง อยู่ห่างจากตัวอำเภอกมลาไสยไปทางตะวันตกประมาณ 7 กิโลเมตร เป็นวัดเก่าที่ชาวบ้านได้นำใบเสมาหินที่ขุดพบมารวบรวมไว้จำนวนมาก มีใบเสมาหินขนาดใหญ่ที่อาจถือเป็นเอกลักษณ์ของอีสานวัดโพธิ์ชัยเสมารามเป็นวัดโบราณ เชื่อกันว่าเป็นวัดประจำเมืองฟ้าแดดสงยาง (เมืองโบราณ สมัยขอม ปัจจุบันเหลือแต่ซากอิฐปูนดิน) มีการค้นพบใบเสมาในเมืองฟ้าแดด มีใบเสมาหินขนาดใหญ่ที่อาจถือเป็นเอกลักษณ์ของอีสาน เนื่องจากแทบจะไม่พบในภาคอื่นเลย ชาวบ้านได้นำใบเสมาหินที่ขุดพบมารวบรวมไว้ที่วัดบางส่วนอยู่ในตำแหน่งดั้งเดิมที่พบ และบางส่วนก็นำไปเก็บรักษาและจัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ขอนแก่น ใบเสมาที่พบในเมืองฟ้าแดดสงยางมีความโดดเด่นคือ นิยมแกะสลักภาพเล่าเรื่องราวพุทธประวัติและชาดก ใบเสมาจำลองหลักทั้งดงามและสมบูรณ์ที่สุด สลักภาพพุทธประวัติตอนพระพุทธเจ้าเสด็จกลับจากกรุงกบิลพัสดุ์พร้อมด้วยพระเจ้าสุทโธทนะ พระราหุล และนางยโสธราพิมพา เข้าเฝ้าแสดงสักการะอย่างสูงสุดด้วยการสยายพระเกศาเช็ดพระบาทองค์พระพุทธเจ้า เรียกใบเสมาหินภาพ "พิมพาพิลาป" ซึ่งใบเสมาหลักนี้ของจริงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ขอนแก่น สิ่งที

น่าสนใจภายในวัด ได้แก่ ใบเสมาหินสมัยทวารวดีที่ปักอยู่เป็นแนวกำแพง และที่เก็บรวบรวมไว้ในวัด เป็นบางส่วนจำหลักเป็นภาพต่าง ๆ เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)



ภาพประกอบ 4 พระใหญ่ตั้งอยู่ในวัดโพธิ์ชัยเสมาราม ใต้ต้นโพธิ์ใหญ่อายุหลายร้อยปี
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพประกอบ 5 ศาลเจ้าเมืองฟ้าแดดในวัดโพธิ์ชัยเสมาราม
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

1.1.3 ศูนย์ศึกษาวิถีชีวิตชาวอีสาน

การจัดศูนย์ศึกษาวิถีชีวิตชาวอีสาน มีการสร้างบ้านเรือนในรูปแบบต่าง ๆ จำนวน 18 หลัง เป็นบ้านไม้โบราณตามแบบวิถีชีวิตของชาวอีสาน มีการตั้งชื่อบ้านแต่ละหลังเป็นชื่ออำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวอีสานแบบโบราณ



ภาพประกอบ 6 เรือนไม้อีสานโบราณ

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

พูน ปณ ภัโต ชีเว



ภาพประกอบ 7 เรือนไม้อีสานโบราณ
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพประกอบ 8 เรือนไม้อีสานโบราณ
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

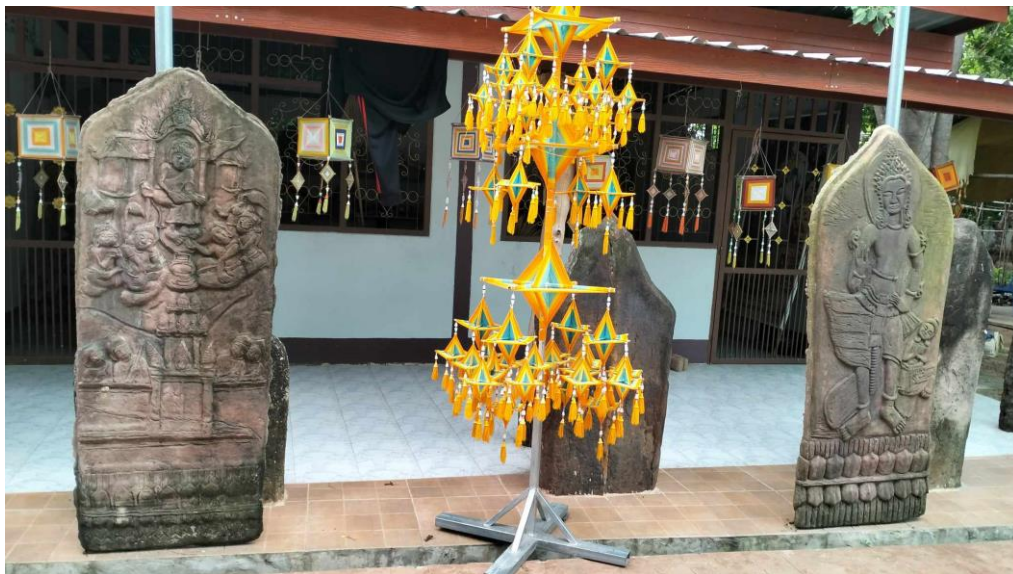


ภาพประกอบ 9 เรือนไม้อีสานโบราณ

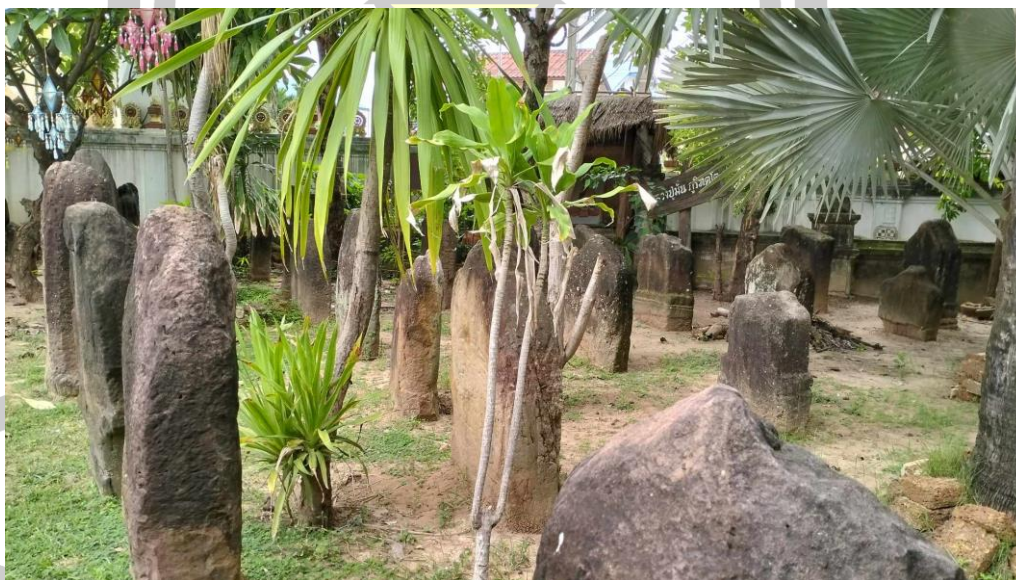
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

1.1.4 ไบเสมาหินทราย

ไบเสมาเมืองฟ้าแดดสงยาง จังหวัดกาฬสินธุ์ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นการรับใช้พระพุทธศาสนาด้วยผลงานศิลปะ น้อมนำชักจูงให้คนในสังคมเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ทำให้สามารถรับรู้เข้าใจในหลักธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ มากขึ้น เพื่อเป็นสิ่งแทนหรือสิ่งพรรณนาความรู้สึกนึกคิดความเชื่อออกมาเป็นรูปธรรม เพื่อใช้เป็นอุปกรณ์อย่างหนึ่งที่ถ่ายทอดคติความเชื่อแนวคิดทางพระพุทธศาสนาให้เป็น รูปธรรมสัมผัสได้ด้วยตาก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวในพระพุทธศาสนา ตลอดจนความประทับใจอันนำไปสู่ความเลื่อมใสศรัทธาเหมือนเป็นตัวแทนพระพุทธองค์ที่เคารพนับถือของพุทธศาสนิกชน ไบเสมาจึงเป็นรูปทรงแห่งวัตถุที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อเป็นสิ่ง แทนหรือสัญลักษณ์เป็นสิ่งพรรณนาความรู้สึกอุดมคติความเชื่อที่เป็นนามธรรมให้ปรากฏ เป็นรูปธรรม มีจุดมุ่งหมายให้เป็นศูนย์รวมแห่งศรัทธาในพระพุทธศาสนา พุทธศาสนิกชนได้ กราบไหว้บูชา การสร้างไบเสมาจึงต้องสร้างขึ้นด้วยวัตถุที่มีความคงทนถาวรและมีคุณค่า มีกรรมวิธีการสร้างอย่างยอดเยี่ยมจนทำให้เป็นศาสนวัตถุที่มี ซึ่งคุณค่านี้สามารถรับรู้ได้จากความสัมพันธ์กันของรูปลักษณ์ประสานสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดพระพุทธศาสนาและภูมิปัญญาท้องถิ่น (อุมารินทร์ เลิศสพพันธ์, 2563)



ภาพประกอบ 10 ใบเสมาหินทรายจำหลักภาพ
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพประกอบ 11 ใบเสมาหินทราย
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

1.2 เครื่องใช้และอุปกรณ์

1.2.1 รุ่ง

รุ่งเป็นสัญลักษณ์ของการทำความดีเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา จุดกำเนิดเล็ก ๆ ก่อให้เกิดเป็นประเพณีที่งดงาม ผสานกับการสืบสานพระพุทธศาสนา สิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ในจังหวัดกาฬสินธุ์ และยิ่งเพิ่มความล้ำค่า ตระการตาจนเกิดเป็นทะเลรุ่ง การนำรุ่งโยแมงมุมเพื่อมา ถวายพระธาตุยาคูตามความเชื่อของคนอีสานที่เรียกได้ว่าการจัดทำจำนวนมากที่สุดในงานเรียกว่า ทะเลรุ่ง ในงานวิสาขบูชาคุณมีบูชา จนกลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำจังหวัดกาฬสินธุ์ และ พื้นที่ของหมู่บ้านเสมา ตำบลของแพน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ (กรมประชาสัมพันธ์, 2566) นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์จากรุ่ง ได้แก่ ต่างหู เข็มกลัด ปิ่นปักผม ร่ม พัด ดอกไม้ สร้อยคอ เป็นต้น



ภาพประกอบ 12 รุ่งประดับ ณ พระธาตุยาคู
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

พหุณ ปณ จิตโต ชเว



ภาพประกอบ 13 รุ่ง

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพประกอบ 14 การจัดจำหน่ายรุ่ง

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

1.2.2 เครื่องจักสานและหัตถกรรม

ชุมชนได้ร่วมกัน เป็นกลุ่มสร้างอาชีพจักสาน ซึ่งเป็นแหล่งหัตถกรรมชุมชน ที่ได้จากงานฝีมือของชาวบ้าน เครื่องจักสานและผ้าทอที่ชาวบ้านร่วมกันสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น สมควรแก่การอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ กลุ่มอาชีพจักสาน แหล่งหัตถกรรมชุมชน งานช่างฝีมือของชาวบ้าน เครื่องจักสาน และผ้าทอที่ชาวบ้านร่วมกันสืบสาน มาจากรุ่นสู่รุ่น สมควรแก่การอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแหล่งนี้จะได้เรียนรู้ ทำ และสัมผัสกับงานหัตถกรรมของชุมชนบ้านเสมา

1.3 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมาที่จับต้องไม่ได้

บ้านเสมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีแหล่งท่องเที่ยวและบรรยากาศของชุมชนที่สวยงามเงียบสงบ บอกเล่าความงามผ่านวิถีชุมชน มีการแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ การออกแบบท่ารำของชุมชนเพื่อรำแสดงต้อนรับผู้มาเยือน การเวียนเทียนรอบองค์พระธาตุยาคุ การกราบไหว้ขอพร การตักบาตรทำบุญร่วมกันกับชาวบ้านในพื้นที่ ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาของคนในชุมชนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ มีดังนี้

1.3.1 งานมาฆปุณณิมบูชา

วันมาฆบูชา มาฆบูชา ย่อมาจาก "มาฆปุณณิมบูชา" เป็นวันที่พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงแสดง “โอวาทปาติโมกข์” แก่พระสงฆ์เป็นครั้งแรก หลัจากตรัสรู้มาแล้วเป็นเวลา 9 เดือน โดยหลักคำสอนของ “โอวาทปาติโมกข์” ถือเป็นหัวใจหลักของพระพุทธศาสนา โดยสามารถสรุปใจความได้ว่า “ทำความดี ละเว้นความชั่ว และทำจิตใจให้บริสุทธิ์” มาฆปุณณิมบูชา จึงเป็นการบูชาในวันเพ็ญเดือนมาฆะ หรือเดือน 3 ตามปฏิทินจันทรคติของไทย ถ้าปีใดมีเดือนอธิกาสคือ มีเดือน 8 สองหน จะเลื่อนไปทำในวันเพ็ญเดือน 3 หลัง (วันเพ็ญเดือน 4) (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2566)

งานมาฆปุณณิมบูชา ทะเลธงอีสาน ณ โบราณสถานเมืองฟ้าแดดสงยาง หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จัดขึ้นเพื่อนมัสการพระธาตุยาคุ ประเพณีจัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่จากความสามัคคี ที่มาจากแรงศรัทธา รุ่งเี่ยมเมามุม เป็นสื่อสัญลักษณ์ความเชื่อเรื่องโชคลางของชาวอีสาน โดยเชื่อกันว่าสามารถป้องกันสิ่งร้าย ๆ หรือสิ่งไม่ดี ฝีมือชาวบ้านจากทั่วเมืองกาฬสินธุ์ ปักเป็นพุทธบูชาเนื่องในโอกาสวันสำคัญทางศาสนา (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์, 2566) การจัดงานนมัสการ พระธาตุยาคุงานมาฆปุณณิมบูชา ถือเป็นงานประจำปีของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการจัดงานที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการจัดขบวนแห่จาก 18 อำเภอ มีขบวนนางรำ โดยผู้ร่วมงานจะแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง หรือชุดภูไท



ภาพประกอบ 15 นางรำบูชาพระธาตุ งานมาฆปุณณมีบูชา
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)



ภาพประกอบ 16 ขบวนแห่งานมาฆปุณณมีบูชา
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)

1.3.2 งานวิสาขปุณณมีบูชา

วันวิสาขบูชา หรือ “วิสาขปุณณมีบูชา” เป็นวันที่สมเด็จพระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้า ประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพาน ซึ่งเกิดขึ้นในวันและเดือนเดียวกัน คือ ในวันเพ็ญ (ขึ้น 15 ค่ำ) เดือนหก หรือเดือนเวสอาษะ พระจันทร์เสวยวิสาขฤกษ์ (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2566)

งานวิสาขปุณณมีบูชา ประเพณีสงฆ์น้ำพระธาตุยาคู เป็นงานประจำปี จัดขึ้นประมาณเดือนมิถุนายนของทุกปี ตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 เป็นการสืบทอดทำนุบำรุง พระพุทธศาสนา สืบสานประเพณีและวัฒนธรรมของชาวพุทธ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลักดัน “Soft Power” อารยธรรมทวารวดีจังหวัดกาฬสินธุ์ สู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สร้างคุณค่า และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน มีขบวนแห่สักการะพระธาตุยาคู จากทั้ง 18 อำเภอ มีการฟ้อนรำสมมาบูชาพระธาตุยาคูของนางรำกว่าพันคน การแสดง แสง สี เสียง ชุด “ฮอยเสมาพิมพาพิลาป” การแสดงหมอลำกาฬสินธุ์ Festival, การประกวดภูษิตาฟ้าหยาด การแสดงศิลปวัฒนธรรมดนตรีโปงลาง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนจาก 18 อำเภอในเขื่อนโบราณย้อนยุค และตลาดนัดโบราณทวารวดีของดีบ้านฉาง



ภาพประกอบ 17 ขบวนแห่งานวิสาขปุณณมีบูชา

ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)





ภาพประกอบ 18 ทะเลสูง
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)

1.3.3 การรำบูชาพระธาตุยาคุ

การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ เป็นการออกแบบท่ารำของชุมชนเพื่อรำแสดงต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมขบวนแห่สักการะพระธาตุยาคุ ของชาวตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการบูชาพระธาตุมีความเชื่อในเรื่องของการทำบุญตามหลักพระพุทธศาสนา คือ ศีล สมาธิและปัญญา ชาวชุมชนเป็นผู้มีธรรมประจำใจเป็นที่ตั้งแห่งความระลึก มีความเคารพนับถือกันช่วยเหลือ เกื้อกูลกัน และมีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน การออกมาร่วมรำบูชาพระธาตุยาคุ จึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่แสดงออกถึงความสามัคคีปองดองกันของคนในชุมชน





ภาพประกอบ 19 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)



ภาพประกอบ 20 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)



ภาพประกอบ 21 การแสดงรำบูชาพระธาตุยาकु
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)



ภาพประกอบ 22 การแสดงรำวันวิสาขปุณณมีบูชา
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)



ภาพประกอบ 23 ขบวนนางรำ
ที่มา : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (2566)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสำรวจแบบมีโครงสร้าง

สำหรับความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการศึกษาถึงความคิดเห็นจากกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 3 คน เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	65	52.85
หญิง	58	47.15
รวม	123	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	15	12.19
30 - 40 ปี	41	33.33
41 - 50 ปี	43	34.95
มากกว่า 50 ปี	24	19.53
รวม	123	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	29	23.57
สมรส	97	76.49
รวม	123	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	3.25
ประถมศึกษา	20	16.25
มัธยมศึกษา/ปวช.	28	22.76
อนุปริญญา/ปวส.	25	20.32
ปริญญาตรี	46	37.42
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	123	100.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	0	0.00
ไม่เกิน 5,000 บาท	4	3.25
5,001 – 10,000 บาท	8	6.50
10,001 – 15,000 บาท	58	47.15
15,000 – 25,000 บาท	32	26.01
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	21	17.09
รวม	123	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.85 อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 34.95 รองลงมา 30 - 40 ปี ร้อยละ 33.33 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 76.49 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 37.42 รองลงมามัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 22.76 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 47.15 รองลงมา 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 26.01

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) บ้านเสมา ตำบลหนองแปนอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.99	0.71	มาก
2. ด้านการเดินทางเข้าถึง	3.97	0.73	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.58	มาก
4. ด้านที่พัก	3.83	0.76	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.84	0.77	มาก
รวม	3.92	0.62	มาก

จากตาราง 6 กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{x} = 3.99$) ด้านการเดินทางเข้าถึง ($\bar{x} = 3.97$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.96$)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)			
1.1 ชุมชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นน่าสนใจในระดับใด	3.87	0.91	มาก
1.2 ชุมชนมีสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่น่าเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในระดับใด	4.05	0.78	มาก
1.3 ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด	4.06	0.72	มาก
รวม	3.99	0.71	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. การเดินทางเข้าถึง (Accessibility)			
2.1 นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายในระดับใด	3.86	0.84	มาก
2.2 นักท่องเที่ยวสัมผัสและรับรู้ถึงรูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนอย่างเห็นได้ชัดในระดับใด	3.99	0.72	มาก
2.3 นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยวในอำเภออมลาลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในระดับใด	4.06	0.81	มาก
รวม	3.97	0.73	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)			
3.1 นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้อย่างเห็นได้ชัดในระดับใด	3.82	0.81	มาก
3.2 นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนแต่สามารถรับรู้และสัมผัสได้ในระดับใด	4.09	0.64	มาก
3.3 นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด	3.96	0.65	มาก
รวม	3.96	0.58	มาก
4. ที่พัก (Accommodation)			
4.1 สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางมีความเหมาะสม และสร้างความประทับใจได้ในระดับใด	4.00	0.62	มาก
4.2 สถานที่พักมีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ ได้สัมผัสถึงการเข้าถึงธรรมชาติอย่างแท้จริงในระดับใด	3.69	0.91	มาก
4.3 สถานที่พักมีแสดงออกวิถีชีวิตและอารยธรรมท้องถิ่นอย่างมีเสน่ห์ในระดับใด	3.75	0.96	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.4 สถานที่พักมีการเก็บค่าที่พักตามความเหมาะสมกับการบริการและบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ในระดับใด	3.88	0.97	มาก
รวม	3.83	0.76	มาก
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)			
5.1 มีกิจกรรมการดำเนินการของรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในระดับใด	3.79	0.82	มาก
5.2 มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นในระดับใด	3.86	0.91	มาก
5.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจและเกิดความเพลิดเพลินอารมณ์ในระดับใด	3.86	0.75	มาก
รวม	3.84	0.77	มาก

จากตาราง 7 กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าภาพรวมของระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{x} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมา คือ ชุมชนมีสถานที่ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่น่าเชยชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในระดับใด ($\bar{x} = 4.05$) และชุมชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ ในระดับใด ($\bar{x} = 3.87$)

การเดินทางเข้าถึง (Accessibility) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอกมลาไสยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในระดับใด ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมา คือ

นักท่องเที่ยวสัมผัสและรับรู้ถึงรูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชน อย่างเห็นได้ชัดในระดับใด ($\bar{x} = 3.99$) และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายในระดับใด ($\bar{x} = 3.86$)

สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนแต่สามารถรับรู้และสัมผัสได้ในระดับใด ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด ($\bar{x} = 3.96$) และนักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ อย่างเห็นได้ชัดในระดับใด ($\bar{x} = 3.82$)

ที่พัก (Accommodation) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางมีความเหมาะสม และสร้างความประทับใจได้ในระดับใด ($\bar{x} = 4.00$) รองลงมา คือ สถานที่พักมีการเก็บค่าที่พักตามความเหมาะสมกับการบริการและบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ในระดับใด ($\bar{x} = 3.88$) สถานที่พักแสดงออกวิถีชีวิตและอารยธรรมท้องถิ่นอย่างมีเสน่ห์ในระดับใด ($\bar{x} = 3.75$) และสถานที่พักมีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ ได้สัมผัสถึงการเข้าถึงธรรมชาติอย่างแท้จริงในระดับใด ($\bar{x} = 3.69$)

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นในระดับใด และกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจและเกิดความเพลิดเพลินอารมณ์ในระดับใด ($\bar{x} = 3.86$) รองลงมา คือ มีกิจกรรมการดำเนินการของรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในระดับใด ($\bar{x} = 3.84$)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมาลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสำรวจแสดงความคิดเห็น

กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. อยากให้มีการสื่อสารการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น
2. อยากให้มีการจัดอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อให้ขยายและพัฒนาารูปแบบของผลิต เพื่อสร้างรายได้ของคนในชุมชน

3. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีตลาดชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชน ได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น

4. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์ OTOP เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และจัดจำหน่ายของที่ระลึกในชุมชน เช่น ธง กระเป๋า และเครื่องจักสาน เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม สำหรับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า

2.1 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

2.1.1 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเมืองโบราณ มีความเก่าแก่ มีเรื่องราวบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่น คำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ จึงเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง จึงทำให้หลายคนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง

2.1.2 ประชากรในบ้านเสมา ส่วนใหญ่ชาวบ้านที่มีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม การทำนา การทำสวน การทำไร่และเลี้ยงสัตว์

2.1.3 การจัดงานวันวิสาขบูชาและวันงานมาฆบูชา หรือบุญเดือน 3 และบุญเดือน 6 ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้ จากการออกร้าน การจำหน่ายของที่ระลึก โดยเฉพาะการทำ ธง ซึ่งตอนนี้ ทำกันทุกครัวเรือน จากเดิมทำกันด้วยวิธีโบราณ ลวดลายโบราณ ที่คนรุ่นเก่าสอนไว้ ตอนนี้มีหน่วยงานทางราชการ มีวิทยากรออกมาสอน และจัดทำลวดลายใหม่ ๆ สวยงาม เป็นที่นาสนใจของนักท่องเที่ยว และนิยมซื้อเพื่อนำไปประดับบ้านเรือนด้วย รวมทั้งซื้อเพื่อไปประกอบงานบุญ งานพิธีต่าง ๆ เช่น บุญพระเวศ จะมียอดสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้จนเป็นอาชีพรองหลังจากฤดูทำนา

พูน ปณ ทิโต ชเว



ภาพประกอบ 24 ธง ลวดลายสมัยใหม่

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

2.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

2.2.1 เป็นเมืองในยุคโบราณตามประวัติศาสตร์สมัยพระเจ้าฟ้าจัมแห่งกรุงศรีสัตนาคนหุต สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่12-16ประมาณ 1,400 ปี ภายในบริเวณเมืองเก่ามีร่องรอยโบราณสถานหลายแห่งจากหลักฐานที่ค้นพบร่องรอยของศาสนสถานที่มีลักษณะตามคติในพระพุทธศาสนาเป็นศิลปกรรมแบบทวารวดีโดยจากหลักฐานโบราณคดีที่ค้นพบ ทำให้ทราบว่ามีการอยู่อาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ แล้วได้มาเจริญรุ่งเรืองมากขึ้นในสมัยทวารวดี มีซากศาสนสถานกระจายอยู่ทั่วไปทั้งภายในเมืองและนอกเมือง

2.2.2 อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเสมาเมืองฟ้าแดดสงยางแห่งนี้เป็นแหล่งที่มีการค้นพบใบเสมาจำนวนมากและเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคู จนถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์และเป็นที่มาของชื่อบ้านเสมาในปัจจุบัน ใบเสมาที่ค้นพบมีใบเสมาหินทรายสีแดง ที่มีทั้งเป็นแท่งหินกลม เหลี่ยม และแผ่นศิลา แผ่นหินทรายเกลี้ยง แผ่นหินทรายสลักลวดลายจารึกตัวอักษรโบราณ ภาพสำคัญคือภาพจากหลักเรื่องราวพุทธประวัติและมหานิบาตชาดกที่งดงามมากทำให้ทราบถึงความเชื่อความนิยมรวมถึงการแต่งกายและสถาปัตยกรรมเครื่องไม้ในสมัยนั้นเมืองฟ้าแดดสงยางจึงเป็นแหล่งเสมาหินขนาดใหญ่และสำคัญที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2.3 นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์เมืองฟ้าแดดสงยาง ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกที่มีการรวบรวมภาพถ่ายเก่าแก่จัดแสดงความเป็นมาบอกเล่าวิถีชีวิตและประเพณี

สำคัญของคนที่ท้องถิ่น และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนักเรียน นักศึกษา

2.3 กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

2.3.1 บ้านเสมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีแหล่งท่องเที่ยวและบรรยากาศของชุมชนที่สวยงามเรียบง่าย บอกเล่าความงามผ่านวิถีชุมชน การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคุ การนำธงไชยแมงมุมเพื่อมาถวายพระธาตุยาคุตามความเชื่อของคนอีสานที่เรียกว่ามีการจัดทำจำนวนมากที่สุดในจนเรียกว่าทะเลธง จึงทำให้มีการออกร้านจำหน่ายธงที่ระลึกในช่วงงานวันวิสาขบูชา และวันงานมาฆบูชา หรือบุญเดือน 3 และบุญเดือน 6 นั้นเอง

2.3.2 การจัดงานตามประเพณี บำรุงศิลปวัฒนธรรม และทำนุบำรุงพระศาสนา ในงานวันวิสาขบูชา จัดขึ้นช่วงเดือน 3 และวันงานมาฆบูชา จัดขึ้นในเดือน 6 ทำให้มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเดินทางมาซื้อของฝากของที่ระลึกจากชุมชนที่มีให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่แปรรูปจากผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึก เช่น กระเป๋าลายผ้าขาวม้า หมอนสี่เหลี่ยมลายผ้าขาวม้าที่เป็นลายเฉพาะของชุมชน ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก ที่รองจากจากเสื่อกก ผลิตภัณฑ์จากธูป ได้แก่ ต่างหู เข็มกลัด ปิ่นปักผม ร่ม พัด ดอกไม้ สร้อยคอ และกลุ่มอาหารของฝาก ได้แก่ แหนมต้มรสเด็ดที่มีขนาดใหญ่พิเศษสามารถเก็บไว้ได้นาน ไส้กรอกอีสาน ขนมครก ขนมดอกจอก ขนมทองม้วน ขนมทองพับ แคปหมูและสินค้าอื่น ๆ ของชุมชนอีกมากมาย



ภาพประกอบ 25 ข้าวปุ้นขาว

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ส่วนสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้าน
เสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ส่วนสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน
บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	82	50.30
หญิง	81	49.70
รวม	163	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	15	9.20
21 - 30 ปี	45	27.62
31 - 40 ปี	50	30.67
41 - 50 ปี	38	23.31
51 - 60 ปี	15	9.20
มากกว่า 60 ปี	0	0.00
รวม	163	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	10	6.13
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	5	3.06
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	15	9.20
ปริญญาตรี	105	64.42
สูงกว่าปริญญาตรี (โปรตระกูล).....	28	17.19
รวม	163	100.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
เกษตรกรรวม	5	3.06
นักเรียน/นักศึกษา	20	12.27
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	42	25.76
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	36	22.08
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	55	33.77
เกษียณอายุราชการ	0	0.00
อื่น ๆ (ระบุ)	5	3.06
รวม	163	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	0	0.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	3.06
5,001 – 10,000 บาท	10	6.13
10,001 – 15,000 บาท	76	46.63
15,000 – 25,000 บาท	40	24.54
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	32	19.64
รวม	163	100.00
6. ภูมิลำเนา		
จังหวัดกาฬสินธุ์	138	84.66
จังหวัดอื่น ๆ ระบุ.....	25	15.34
รวม	163	100.00
7. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา		
ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ	36	22.08
ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน	5	3.06
ท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ	70	42.94
ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม	52	31.92
ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ	0	0.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0.00
รวม	163	100.00
8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมาร่วมกับกลุ่มใด		
มาคนเดียว	5	3.06
มากับเพื่อน	65	39.87
มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	63	38.65
มากับบริษัททัวร์	30	18.42
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0.00
รวม	163	100.00
9. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมอ		
รถยนต์ส่วนตัว	123	75.46
รถโดยสารประจำทาง	0	0.00
รถตู้ส่วนตัว	0	0.00
รถจักรยานยนต์	40	24.54
เครื่องบิน	0	0.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0.00
รวม	163	100.00
10. ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่		
พักค้างคืน	72	47.17
ไม่พักค้างคืน (ข้ามไปตอบข้อ 13)	90	55.83
รวม	163	100.00
11. ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก		
โรงแรม	29	17.79
รีสอร์ท	76	46.63
บ้านญาติ/เพื่อน	19	11.65
โฮมสเตย์	39	23.93
วัด/โรงเรียน	0	0.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0.00
รวม	163	100.00
12. ระยะเวลาการพักผ่อน		
1 คืน	115	70.55
2 คืน	20	12.27
3 คืน	18	11.04
มากกว่า 3 คืน	10	6.14
รวม	163	100.00
13. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน		
น้อยกว่า 1,000 บาท	41	25.50
1,001 – 2,000 บาท	82	50.30
2,001 – 3,000 บาท	25	15.33
มากกว่า 3,001 บาท	15	9.20
รวม	163	100.00
14. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา		
ครั้งแรก	92	56.44
ครั้งที่ 2	43	26.38
ครั้งที่ 3	0	0.00
มากกว่า 3 ครั้ง	28	17.18
รวม	163	100.00
15. ท่านรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางใด		
หนังสือพิมพ์	0	0.00
วิทยุ/โทรทัศน์	5	3.06
วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	5	3.06
อินเทอร์เน็ต	118	72.43
ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท.	10	6.13
สมาคมท่องเที่ยว	0	0.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัททัวร์	5	3.06
เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์	5	3.06
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	15	13.04
รวม	163	100.00

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.30 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 30.67 รองลงมา 21 - 30 ปี ร้อยละ 27.62 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 64.42 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี (ปริญญาโท) ร้อยละ 17.19 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 33.77 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.76 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 46.63 รองลงมา 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 25.54 ภูมิลำเนา จังหวัดกาฬสินธุ์ ร้อยละ 84.66 วัดอุปประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่องเที่ยวเพื่อความสะดวก ร้อยละ 42.94 รองลงมา ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม ร้อยละ 31.92 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมาร่วมกับกลุ่มใด มากับเพื่อน ร้อยละ 39.87 มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 38.65 พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 75.46 รถบัสส่วนตัว ร้อยละ 24.54 ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่ ไม่พักค้างคืน ร้อยละ 55.83 ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก รีสอร์ท ร้อยละ 46.63 รองลงมา โฮมสเตย์ ร้อยละ 23.94 ระยะเวลาการพักผ่อน 1 คืน ร้อยละ 70.55 รองลงมา 2 คืน ร้อยละ 12.27 ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน 1,001 – 2,000 บาท ร้อยละ 50.30 รองลงมา น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 25.50 จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ครั้งแรก ร้อยละ 56.44 รองลงมา ครั้งที่ 2 ร้อยละ 26.38 ท่านรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางใด อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 72.43 รองลงมา อื่น ๆ (เพื่อนแนะนำ) ร้อยละ 13.04

พูน ปณ จิต ชีเว

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.63	มาก
2. ด้านราคา	3.99	0.65	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.62	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.87	0.86	มาก
5. ด้านบุคคล	3.96	0.78	มาก
6. ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ	4.00	0.76	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.89	0.83	มาก
รวม	3.98	0.67	มาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.08$) ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.00$) และด้านราคา ($\bar{x} = 3.99$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เป็นรายด้านและรายข้อ

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1.1 ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา	3.94	0.89	มาก
1.2 ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนบ้านเสมา	4.14	0.78	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1.3 ความหลากหลายของจุดท่องเที่ยว	4.05	0.75	มาก
1.4 สาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพใช้การได้ดี	3.87	0.81	มาก
โดยรวม	4.00	0.63	มาก
2. ด้านราคา (Price)			
2.1 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มภายใน ชุมชนบ้านเสมา	3.99	0.75	มาก
2.2 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	4.09	0.80	มาก
2.3 ของฝากมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.88	0.82	มาก
โดยรวม	3.99	0.65	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
3.1 ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา	4.17	0.67	มาก
3.2 ความสะดวกในการเดินทางการเข้าถึงชุมชนบ้านเสมา	4.05	0.69	มาก
3.3 ความเพียงพอของพื้นที่ชุมชนบ้านเสมา	4.04	0.64	มาก
โดยรวม	4.08	0.62	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์	3.80	0.82	มาก
4.2 การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter	3.82	0.80	มาก
4.3 การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ เช่น งานลอยกระทง ปีใหม่ สงกรานต์	3.98	0.76	มาก
4.4 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในการประชาสัมพันธ์	3.89	0.78	มาก
โดยรวม	3.87	0.79	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5. ด้านบุคคล (People)			
5.1 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่แนะนำในการให้บริการ	3.95	0.93	มาก
5.2 ความรู้เกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมาและความสามารถในการให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.79	มาก
5.3 มารยาทและความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.11	0.72	มาก
5.4 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ฉุกเฉินช่วยชีวิตตามบริเวณต่าง ๆ ภายในชุมชนบ้านเสมา	3.85	0.88	มาก
โดยรวม	3.96	0.78	มาก
6. ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)			
6.1 การจัดตกแต่ง ความสวยงาม บรรยากาศของชุมชน	3.89	0.93	มาก
6.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในชุมชนบ้านเสมา	4.04	0.73	มาก
6.3 การบำรุงรักษา ความปลอดภัยชุมชนบ้านเสมา	4.07	0.71	มาก
6.4 ความเพียงพอและความชัดเจนของป้ายแผนผังและข้อปฏิบัติในการเข้าชม	4.01	0.93	มาก
โดยรวม	4.00	0.76	มาก
7. ด้านกระบวนการ (Process)			
7.1 ความรวดเร็วและความหลากหลายของช่องทางในการหาข้อมูลชุมชนบ้านเสมา	3.98	0.81	มาก
7.2 ความสะดวกรวดเร็วของระบบจัดการบริการอื่น ๆ เช่น การซื้อสินค้าและอาหาร	3.88	0.89	มาก
7.3 ความเหมาะสมของระบบจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวกับการเข้าชมชุมชนบ้านเสมา	3.95	0.90	มาก
7.4 ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของระบบการจัดการปัญหา เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ	3.76	0.98	มาก
โดยรวม	3.89	0.83	มาก
โดยภาพรวม	3.98	0.67	มาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านเสมาตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ภาพรวมของระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{x} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.14$) รองลงมา คือ ความหลากหลายของจุดท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.04$) ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.94$) และความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.87$)

ด้านราคา (Price) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.99$) และของฝากมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{x} = 3.88$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.17$) รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทางการเข้าถึงชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.05$) และความเพียงพอของพื้นที่ชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.04$)

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ เช่น งานลอยกระทง ปีใหม่ สงกรานต์ ($\bar{x} = 3.98$) รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 3.89$) การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter ($\bar{x} = 3.82$) และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ ($\bar{x} = 3.80$)

ด้านบุคคล (People) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ มารยาทและความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 4.11$) รองลงมา คือ ความรู้เกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมาและความสามารถในการให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.96$) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่แนะนำในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.95$) และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ฉุกเฉินช่วยชีวิตตามบริเวณต่าง ๆ ภายในชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.85$)

ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด

คือ การบำรุงรักษา ความปลอดภัยชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.07$) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 4.04$) ความเพียงพอและความชัดเจนของป้ายแผนผังและข้อปฏิบัติในการเข้าชม ($\bar{x} = 4.01$) และการจัดตกแต่ง ความสวยงามและบรรยากาศของชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.89$)

ด้านกระบวนการ (Process) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) โดยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ ความรวดเร็วและความหลากหลายของช่องทางในการหาข้อมูลชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.98$) รองลงมา ความเหมาะสมของระบบจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าชมชุมชนบ้านเสมา ($\bar{x} = 3.95$) ความสะดวกรวดเร็วของระบบจัดการบริการอื่น ๆ เช่น การซื้อสินค้าและอาหาร ($\bar{x} = 3.88$) และความรวดเร็วและประสิทธิภาพของระบบการจัดการปัญหา เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 3.76$)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ อธิบายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ชูเป็นสัญลักษณ์ของการทำความดีเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ผลิตภัณฑ์จากธูป ได้แก่ ต่างหู เข็มกลัด ปิ่นปักผม ร่ม พัด ดอกไม้ สร้อยคอ เป็นต้น การจัดทำธูปที่ระลึก สำหรับจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอารยธรรมเก่าแก่สมัยทวารวดี นอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ตลอดทั้งปี นอกจากกลุ่มเป้าหมายจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของที่ระลึก ของฝาก ยังมีลูกค้าทั่วไปที่เดินทางมาสั่งซื้อธูป เพื่อไปประกอบพิธีทางศาสนาหรือตกแต่งสถานที่ วัด บ้าน ในการประกอบพิธีกรรมของชาวพุทธ เช่น งานบุญกฐิน งานบุญแห่แหวด หรืองานแต่งงานที่มีลักษณะการใช้ธูปตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม คงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีพระธาตุยาकु และคนพบใบเสมาโบราณเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมที่งดงาม และความรุ่งเรืองในอดีตอย่างเห็นได้ชัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างงดงาม

ด้านราคา ราคาของสินค้าในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว เป็นราคาที่เข้าถึงและจับต้องได้ เนื่องจากต้นทุนในการผลิตไม่สูงคนในชุมชนจัดทำและจำหน่ายเอง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ การเข้าชมโบราณสถานโบราณวัตถุ ในเขตชุมชนบ้านเสมา ยังไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเยี่ยมชมได้บ่อยเท่าที่ต้องการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวและการจัดทำหน่วยสินค้าของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวรับข่าวสารและกิจกรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี มีการจัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้า มีการสร้างศูนย์ OTOP เพื่อจัดจำหน่ายของฝากของที่ระลึก และสินค้าในชุมชน นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากมีจังหวัดที่มีการเชื่อมต่อของถนนในหลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

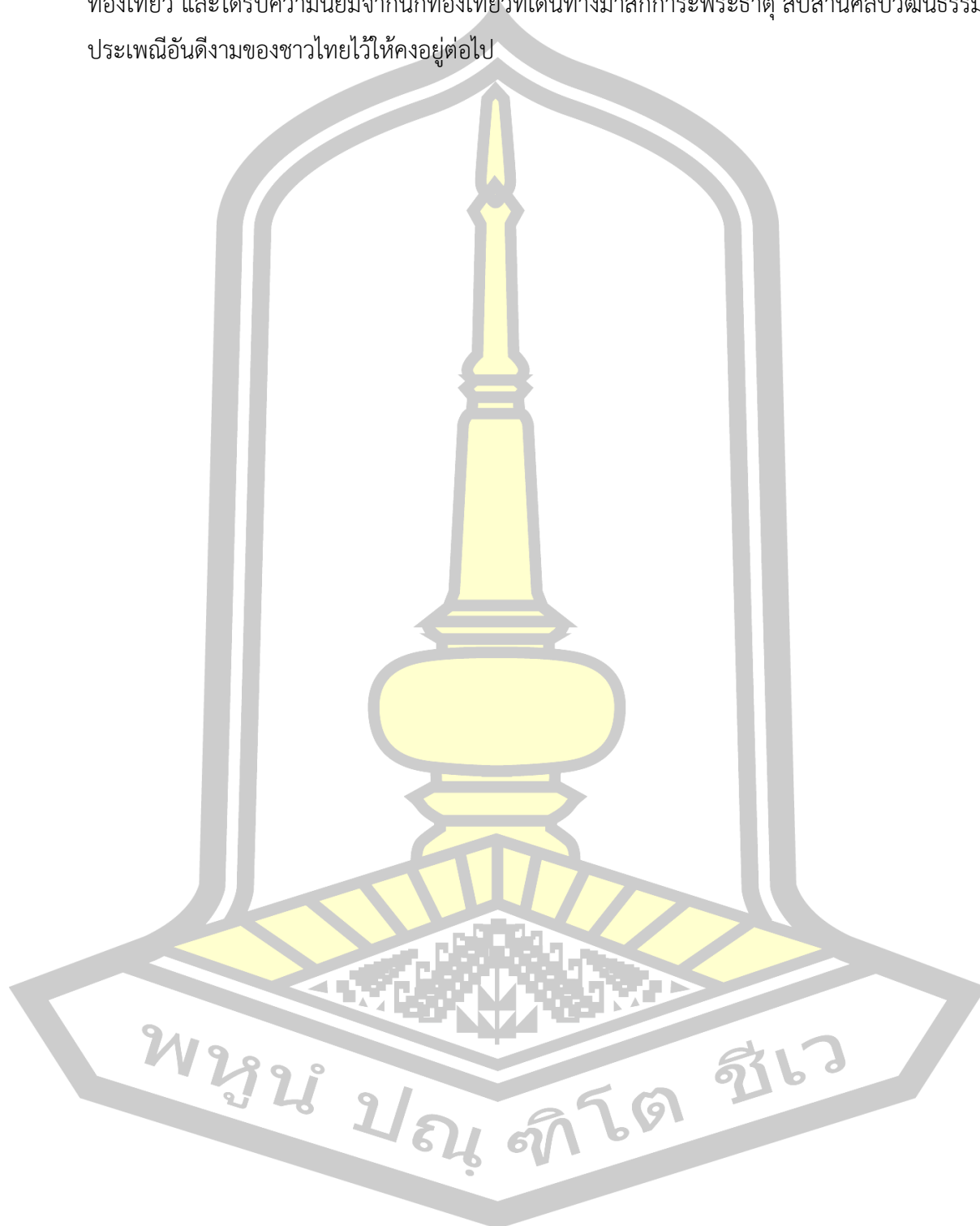
ด้านส่งเสริมการตลาด ชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว โดยมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวและกิจกรรมที่จัดขึ้น ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลที่จัดงานเป็นจำนวนมาก

ด้านบุคคล คนในชุมชน ผู้นำชุมชน หรือตัวแทนคนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความพร้อมในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทราบประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ นอกจากนี้ คนในชุมชน ยังมีความเป็นกันเองมีอัธยาศัยดี พุดจาเพราะ ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยือนเกิดความรู้สึกชื่นชมและอุ่นใจที่ได้เข้ามาในท้องถิ่น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความโดดเด่นด้านการเดินทางที่สะดวกสบาย มีป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจน คั่นทางาน ทำให้กับนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น การต้อนรับที่อบอุ่นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการสร้างและพัฒนาพื้นที่ ศักยภาพการจัดการด้านวัฒนธรรม เช่น การจัดศูนย์ศึกษาวิถีชีวิตชาวอีสาน มีการสร้างบ้านเรือนในรูปแบบต่าง ๆ จำนวน 18 หลัง เป็นบ้านไม้โบราณตามแบบวิถีชีวิตของชาวอีสาน มีการตั้งชื่อบ้านแต่ละหลังเป็นชื่ออำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวอีสานแบบโบราณ ซึ่งมีความคุ้มค่าในการลงทุนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนบนฐานวัฒนธรรม ให้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น และความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

ด้านกระบวนการ กิจกรรมของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในช่วงเทศกาลการจัดงานตามประเพณี ยังมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

เข้ามาให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสักการะพระธาตุ สืบสานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของชาวไทยไว้ให้คงอยู่ต่อไป



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยในการศึกษาเบื้องต้นนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจ ศึกษาค้นคว้า รวบรวมเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย แนวความคิดและบทความทางวิชาการต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและค้นหาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปผล

จากการดำเนินการวิจัย ตามระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) สามารถสรุปผลการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ชุมชนหมู่บ้านเสมา ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เป็นเมืองโบราณ มีชื่อเรียกว่า เมืองฟ้าแดดสงยางโดยมีการค้นพบใบเสมาจำนวนมาก และเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคู ที่มีหลักฐานทางโบราณคดี ทำให้ทราบว่ามีการอาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และมีความเจริญรุ่งเรืองมากในสมัยทวารวดี ราวพุทธศตวรรษที่ 13 – 15 โดยทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านเสมา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1.1 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมาที่จับต้องได้

1.1.1 พระธาตุยาคู พระธาตุยาคูเป็นโบราณสถานที่พบในเขตเมืองฟ้าแดดสงยาง สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในยุควัฒนธรรมทวารวดี ส่วนฐานขององค์พระธาตุเป็น รูปสี่เหลี่ยมย่อมุม ประดับด้วยปูนปั้นมีบันไดทางขึ้น 4 ทิศ เป็นสถาปัตยกรรมที่น่าจะสร้างขึ้นในสมัยทวารวดี ปัจจุบันพระธาตุยาคู หรือ พระธาตุใหญ่ ตั้งอยู่ที่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในบริเวณเมืองฟ้าแดดสงยาง เป็นที่เคารพสักการะของคนในท้องถิ่น และมีนักท่องเที่ยวนิยมมาไหว้ขอพร สักการะในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เพื่อความเป็นสิริมงคลให้กับตนเองและครอบครัว

นอกจากนี้จังหวัดกาฬสินธุ์ ยังให้ความสำคัญกับการสักการะพระธาตุยาคู ที่เป็นโบราณสถานที่สำคัญของจังหวัด มีการจัดงานประเพณีสงกรานต์พระธาตุยาคู ที่จะมีขบวนแห่และรำบูชาของนางรำกว่า 1,000 คน และมีการตกแต่งบริเวณรอบ ๆ พระธาตุด้วยทะเลธุงกว่า 1,600 ต้น ที่เรียกได้ว่าเป็นแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวด้านอารยธรรมแห่งยุคทวารวดี ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวที่กาฬสินธุ์ได้เป็นจำนวนมาก กิจกรรมภายในงานจะมีทั้งการจัดนิทรรศการเชื่อนอีสานของอำเภอต่าง ๆ ทั้ง 18 อำเภอ ของจังหวัดกาฬสินธุ์ และยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้าพื้นเมือง มีการแสดงแสง สี เสียงต่าง ๆ เพื่อร่วมกันสักการะและบูชา พระธาตุยาคู พุทธสถานที่สำคัญของเมืองฟ้าแดดสงยาง มีความสวยงามและความยิ่งใหญ่อลังการ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและเกิดการบอกเล่าปากต่อปาก รวมทั้งการถ่ายภาพลงโซเชียลต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างมากมายและเพิ่มขึ้นทุกปี

1.1.2 วัดโพธิ์ชัยเสมาราม เป็นวัดเก่าที่ชาวบ้านได้นำใบเสมาหินที่ขุดพบมารวบรวมไว้จำนวนมาก มีใบเสมาหินขนาดใหญ่ที่อาจถือเป็นเอกลักษณ์ของอีสาน วัดโพธิ์ชัยเสมาราม หรือวัดบ้านก้อม เป็นวัดโบราณ เชื่อกันว่าเป็นวัดประจำเมืองฟ้าแดดสงยาง ซึ่งเป็นเมืองโบราณสมัยขอม วัดโพธิ์ชัยเสมารามจึงเป็นวัดเก่าแก่ของคนใจชุมชน มีชาวบ้านในท้องถิ่นให้ความสำคัญมาทำบุญ และเป็นศูนย์รวมใจของชาวพุทธ นอกจากนี้ ภายในวัดมีพิพิธภัณฑ์เมืองฟ้าแดดสงยาง และชม

โบราณวัตถุ ซึ่งบอกได้เลยว่านี่ที่เดียวเลยก็ว่าได้ เพราะเป็นใบเสมาโบราณที่สมบูรณ์ที่สุดหาชมที่อื่นไม่ได้

1.1.3 ศูนย์ศึกษาวิถีชีวิตชาวอีสาน จัดขึ้นภายในบริเวณพระธาตุยาकु มีการสร้างบ้านเรือน ในรูปแบบต่าง ๆ จำนวน 18 หลัง โดยแต่ละหลังจะมีชื่อเป็นอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาฬสินธุ์ เช่น อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอร่องคำ อำเภอดอนจาน อำเภอสามชัย อำเภอกมลาไสย อำเภอสหัสขันธ์ อำเภอยางตลาดอำเภอฆ้องชัย อำเภอห้วยเม็ก อำเภอหนองกุงศรี อำเภอท่าคันโท อำเภอคำม่วง อำเภอกุฉินารายณ์ อำเภอสมเด็จ อำเภอนามน อำเภอห้วยผึ้ง อำเภอนาคู และอำเภอเขาวง ซึ่งเป็นการสร้างบ้านไม้โบราณตามแบบวิถีชีวิตของชาวอีสาน แสดงออกให้เห็นถึงการดำรงชีวิตของคนอีสานรุ่นเก่า บ้านโบราณนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เข้ามาศึกษาและถ่ายภาพเป็นที่ระลึก มีนักท่องเที่ยวหลายคน แต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองและถ่ายภาพกับบ้านไม้โบราณ เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

1.1.4 ใบเสมาหินทราย ปัจจุบันเหลือแต่ซากอิฐปูนดิน มีการค้นพบใบเสมาในเมืองฟ้าแดด ที่เป็นเมืองเก่าแก่โบราณและมีความรุ่งเรืองมากในยุคทวารวดี แต่สิ่งที่มหัศจรรย์คือตัวอักษรที่จารึกเป็นอักษรอยู่ในช่วงยุคหลังของอักษรปัลลวะโบราณ ใบเสมาหินขนาดใหญ่ที่อาจถือเป็นเอกลักษณ์ของอีสาน เนื่องจากแทบจะไม่พบในภาคอื่นเลย ชาวบ้านได้นำใบเสมาหินที่ขุดพบมารวบรวมไว้ที่วัดจำนวนมาก บางส่วนอยู่ในตำแหน่งดั้งเดิมที่พบ และบางส่วนก็นำไปเก็บรักษาและจัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติขอนแก่น

1.1.5 รุง เป็นสัญลักษณ์ของการทำความดีเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาจุดกำเนิดเล็ก ๆ ก่อให้เกิดเป็นประเพณีที่งดงาม ผสานกับการสืบสานพระพุทธศาสนา สิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ในจังหวัดกาฬสินธุ์ การจัดทำรุงเป็นงานฝีมือที่สืบสานจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อนำมาประกอบพิธีและตกแต่งสถานที่ หรือวัดในงานสำคัญทางพระพุทธศาสนา งานมาฆปุรณมีบูชา วิสาขปุณณมีบูชา หรืองานประเพณีสงกรานต์พระธาตุยาकु จึงมีการจัดทำรุง เพื่อประดับตกแต่งจนเกิดเป็น “ทะเลรุงอีสาน” หลายพันต้น ณ โบราณสถานเมืองฟ้าแดดสงยาง หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ถือเป็นการสร้างความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ และสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของที่ระลึกนำไปประดับตกแต่งบ้าน นำไปประกอบพิธีงานบุญต่าง ๆ อีกด้วย

1.1.6 เครื่องจักสานและหัตถกรรม ที่ได้จากงานฝีมือของชาวบ้าน เครื่องจักสานและผ้าทอที่ชาวบ้านร่วมกันสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น สมควรแก่การอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดทำเครื่องจักสานและงานหัตถกรรมเพื่อออกจำหน่ายในช่วงเทศกาลของงานประเพณีสงกรานต์พระธาตุยาकु งานมาฆปุรณมีบูชา วิสาขปุณณมีบูชา สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

1.2 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้านเสมที่จับต้องไม่ได้

1.2.1 งานมาฆปุรณมีบูชา หรือวันมาฆบูชา เป็นสำคัญทางพระพุทธศาสนา เป็นหัวใจหลักของพระพุทธศาสนา จึงเป็นการบูชาในวันเพ็ญเดือนมาฆะ หรือเดือน 3 ตามปฏิทินจันทรคติของไทย ถ้าปีใดมีเดือนอธิกมาส คือ มีเดือน 8 สองหน จะเลื่อนไปทำในวันเพ็ญเดือน 3 หลัง (วันเพ็ญเดือน 4) จังหวัดกาฬสินธุ์จึงจัดให้มีงานงานมาฆปุรณมีบูชา มีการตกแต่งบริเวณรอบ ๆ พระธาตุยาคู เป็นทะเลธูปอีสาน และนมัสการพระธาตุยาคู ประเพณีจัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่จากสามัคคี ที่มาจากแรงศรัทธา รุ่งเอยแมงมุม เป็นสื่อสัญลักษณ์ความเชื่อเรื่องโชคกลางของชาวอีสาน โดยเชื่อกันว่าสามารถใช้ป้องกันสิ่งร้าย ๆ หรือสิ่งไม่ดี ฝีมือชาวบ้านจากทั่วเมืองกาฬสินธุ์ ปักเป็นพุทธบูชาเนื่องในโอกาสวันสำคัญทางศาสนา การจัดงานนมัสการพระธาตุยาคูงานมาฆปุรณมีบูชา ถือเป็นงานประจำปีของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการจัดงานที่ส่งเสริมการทํานุบำรุงพระพุทธศาสนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการจัดขบวนแห่จาก 18 อำเภอ มีขบวนนางรำ โดยผู้ร่วมงานจะแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง หรือชุดภูไท เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

1.2.2 งานวิสาขปุณณมีบูชา หรือวันวิสาขบูชา เกิดขึ้นในวันและเดือนเดียวกัน ตรงกับวันเพ็ญ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 เป็นวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา และมีการจัดงานประเพณีสงฆ์ น้ำพระธาตุยาคูเป็นงานประจำปีจัดขึ้นประมาณเดือนมิถุนายนของทุกปี เป็นการสืบทอดทํานุบำรุงพระพุทธศาสนา สืบสานประเพณีและวัฒนธรรมของชาวพุทธ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดีจังหวัดกาฬสินธุ์ ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ สร้างคุณค่า และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน การจัดงานจะมีขบวนแห่สักการะพระธาตุยาคูจากทั้ง 18 อำเภอ มีการฟ้อนรำสมมาบูชาพระธาตุยาคูของนางรำกว่าพันคน การแสดง แสง สี เสียง การแสดงหมอลำกาฬสินธุ์ Festival, การประกวดภูษิตาฟ้าหยาด การแสดงศิลปวัฒนธรรมดนตรีโปงลาง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนจาก 18 อำเภอในเฮือนโบราณย้อนยุค และตลาดนัดโบราณทวารวดีของดีบ้านฉัน การจัดงานในครั้งนี้ สามารถสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นได้เป็นจำนวนมาก เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดกาฬสินธุ์อีกด้วย

1.2.3 การรำบูชาพระธาตุยาคู เป็นการแสดงรำบูชาพระธาตุยาคู มีการออกแบบท่ารำของชุมชนเพื่อรำแสดงต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมขบวนแห่สักการะพระธาตุยาคู ของชาวตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการบูชาพระธาตุมีความเชื่อในเรื่องของการทำบุญตามหลักพระพุทธศาสนา ศิลปวัฒนธรรมการรำบูชาพระธาตุยาคู ด้วยนางรำกว่าหนึ่งพันคนซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความสามัคคีของคนในท้องถิ่น การมีความเคารพนับถือกันช่วยเหลือ เกื้อกูลกัน และมีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน การออกมาร่วมรำบูชาพระธาตุยาคู จึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่

แสดงออกถึงความสามัคคีปองดองกันของคนในชุมชน แสดงออกถึงการรักและห่วงแหน ภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดที่เป็นรากเหง้าของตนอย่างแท้จริง

2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

การวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสำรวจกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเพศชาย อายุ 41 - 50 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท

กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

สิ่งดึงดูดใจ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด ชุมชนมีสถานที่ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่น่าเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในระดับใด และชุมชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นน่าสนใจในระดับใด

การเดินทางเข้าถึง มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอกมลาไสยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในระดับใด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวสัมผัสและรับรู้ถึงรูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนอย่างเห็นได้ชัดในระดับใด และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายในระดับใด

สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนแต่สามารถรับรู้และสัมผัสได้ในระดับใด ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด และนักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้อย่างเห็นได้ชัดในระดับใด

ที่พัก มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางมีความเหมาะสม และสร้างความประทับใจได้ในระดับใด สถานที่พักมีการเก็บค่าที่พักตามความเหมาะสมกับการบริการและบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ในระดับใด สถานที่พักแสดงออกวิถีชีวิตและอารยธรรมท้องถิ่นอย่างมีเสน่ห์ในระดับใด และสถานที่พักมีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ ได้สัมผัสถึงการเข้าถึงธรรมชาติอย่างแท้จริงในระดับใด

กิจกรรมการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นในระดับใด และกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจและเกิดความเพลิดเพลินอารมณ์ในระดับใด มีกิจกรรมการดำเนินการของรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในระดับใด

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมา เพื่อให้ผู้ตอบแบบสำรวจแสดงความคิดเห็นกลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. อยากให้มีการสื่อสารการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น
2. อยากให้มีการจัดอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อให้ขยายและพัฒนาารูปแบบของผลิต เพื่อสร้างรายได้ของคนในชุมชน
3. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีตลาดชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น
4. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์ OTOP เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และจัดจำหน่ายของที่ระลึกในชุมชน เช่น ธง กระเป่า และเครื่องจักสาน เป็นต้น

การวิจัยเชิงคุณภาพกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม สำหรับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า

1. ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

1.1 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเมืองในโบราณ มีความเก่าแก่ มีเรื่องราวบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่น คำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ จึงเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง จึงทำให้หลายคนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง

1.2 ประชากรในบ้านเสมา ส่วนใหญ่ชาวบ้านที่มีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม การทำนา การทำสวน การทำไร่และเลี้ยงสัตว์

1.3 การจัดงานวันวิสาขปุณณมีบูชา และวันงานมาฆปุณณมีบูชา หรือบุญเดือน 3 และบุญเดือน 6 ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้ จากการออกร้าน การจำหน่ายของที่ระลึก โดยเฉพาะการทำ ธง ซึ่งตอนนี้ ทำกันทุกครัวเรือน จากเดิมทำกันด้วยวิธีโบราณ ลวดลายโบราณ ที่คน

รุ่นเก่าสอนไว้ ตอนนี้มีหน่วยงานทางราชการ มีวิทยากรออกมาสอน และจัดทำลวดลายใหม่ ๆ สวยงาม เป็นที่น่ายินดีของนักท่องเที่ยว และนิยมซื้อเพื่อนำไปประดับบ้านเรือนด้วย รวมทั้งซื้อเพื่อไปประกอบงานบุญ งานพิธีต่าง ๆ เช่น บุญผะเหวด จะมียอดสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้จนเป็นอาชีพรองหลังจากฤดูทำนา

2. บุคลากรจากองค์กรของรัฐที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกลมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

2.1 เป็นเมืองในยุคโบราณตามประวัติศาสตร์สมัยพระเจ้าฟ้ารั่มแห่งกรุงศรีสัตนาคนหุต สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 12-16 ประมาณ 1,400 ปี ภายในบริเวณเมืองเก่ามีร่องรอยโบราณสถานหลายแห่งจากหลักฐานที่ค้นพบร่องรอยของศาสนสถานที่มีลักษณะตามคติในพระพุทธศาสนาเป็นศิลปกรรมแบบทวารวดีโดยจากหลักฐานโบราณคดีที่ค้นพบ ทำให้ทราบว่ามีการอยู่อาศัยภายในเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ แล้วได้มาเจริญรุ่งเรืองมากขึ้นในสมัยทวารวดี มีซากศาสนสถานกระจายอยู่ทั่วไปทั้งภายในเมืองและนอกเมือง

2.2 อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเสมาเมืองฟ้าแดดสงยางแห่งนี้เป็นแหล่งที่มีการค้นพบใบเสมาจำนวนมากและเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคู จนถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์และเป็นที่มาของชื่อบ้านเสมาในปัจจุบัน ใบเสมาที่ค้นพบมีใบเสมาหินทรายสีแดง ที่มีทั้งเป็นแท่งหินกลม เหลี่ยมและแผ่นศิลา แผ่นหินทรายเกลี้ยง แผ่นหินทรายสลักลวดลายจารึกตัวอักษรโบราณ ภาพสำคัญคือภาพจากหลักเรื่องราวพุทธประวัติและมหานิบาตชาดกที่งดงามมากทำให้ทราบถึงความเชื่อความนิยมรวมถึงการแต่งกายและสถาปัตยกรรมเครื่องไม้ในสมัยนั้นเมืองฟ้าแดดสงยางจึงเป็นแหล่งเสมาหินขนาดใหญ่และสำคัญที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.3 นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์เมืองฟ้าแดดสงยาง ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกที่มีการรวบรวมภาพถ่ายเก่าแก่จัดแสดงความเป็นมาบอกเล่าวิถีชีวิตและประเพณีสำคัญของคนท้องถิ่น และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนักเรียน นักศึกษา

3. กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกลมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

3.1 บ้านเสมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีแหล่งท่องเที่ยวและบรรยากาศของชุมชนที่สวยงามเงียบสงบ บอกเล่าความงามผ่านวิถีชุมชน การแสดงรำบูชาพระธาตุยาคู การนำธูปเทียนมาถวายพระธาตุยาคูตามความเชื่อของคนอีสานที่เรียกได้ว่ามีการจัดทำจำนวนมากที่สุดในจนเรียกได้ว่าทะเล้ง จึงทำให้มีการออกร้านจำหน่ายธูปที่ระลึกในช่วงงานวันวิสาขบูชาวันมาฆบูชา หรือบุญเดือน 3 และบุญเดือน 6 นั้นเอง

3.2 การจัดงานตามประเพณี บำรุงศิลปวัฒนธรรม และทำนุบำรุงพระศาสนา ในงานวันวิสาขบูชาปณณมิบูชา จัดขึ้นช่วงเดือน 3 และวันงานมาฆปุณณมิบูชา จัดขึ้นในเดือน 6 ทำให้มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเดินทางมาซื้อของฝากของที่ระลึกจากชุมชนที่มีให้เลือกมากมายไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่แปรรูปจากผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึก เช่น กระเป๋าลายผ้าขาวม้า หมอนสี่เหลี่ยมลายผ้าขาวม้าที่เป็นลายเฉพาะของชุมชน ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก ที่รองจากจากเสื่อกก ผลิตภัณฑ์จากธูป ได้แก่ ต่างหู เข็มกลัด ปิ่นปักผม ร่ม พัด ดอกไม้ สร้อยคอ และกลุ่มอาหารของฝาก ได้แก่ แหนมตุ้มรสเด็ดที่มีขนาดใหญ่พิเศษสามารถเก็บไว้ได้นาน ไส้กรอกอีสาน ขนมครก ขนมดอกจอก ขนมทองม้วน ขนมทองพับ แคลปหมูและสินค้าอื่น ๆ ของชุมชนอีกมากมาย

3. ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ภูมิลำเนา จังหวัดกาฬสินธุ์ วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกสบายเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมาพร้อมกับกลุ่มใด มากับเพื่อน พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา รถยนต์ส่วนตัว ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่ ไม่พักค้างคืน ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักรที่ท่านพัก รีสอร์ท ระยะเวลาการพักรแรม 1 คืน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ครั้งแรก ท่านรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางใด อินเทอร์เน็ต

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประกอบทางการตลาดการท่องเที่ยว บ้านเสมา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนบ้านเสมาความหลากหลายของจุดท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา และความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา

ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในชุมชนบ้านเสมา และของฝากมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา ความสะดวกในการเดินทางการเข้าถึงชุมชนบ้านเสมา และความเพียงพอของพื้นที่ชุมชนบ้านเสมา

ด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ เช่น งานลอยกระทง ปีใหม่ สงกรานต์ การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์

ด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า มารยาทและความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความรู้เกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมาและความสามารถในการให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่แนะนำในการให้บริการ และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ฉุกเฉินช่วยชีวิตตามบริเวณต่าง ๆ ภายในชุมชนบ้านเสมา

ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า การบำรุงรักษา ความปลอดภัยชุมชนบ้านเสมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในชุมชนบ้านเสมา ความเพียงพอและความชัดเจนของป้ายแผนผังและข้อปฏิบัติในการเข้าชม และการจัดตกแต่งความสวยงามและบรรยากาศของชุมชนบ้านเสมา

ด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ความรวดเร็วและความหลากหลายของช่องทางในการหาข้อมูลชุมชนบ้านเสมา ความเหมาะสมของระบบจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวกับการเข้าชมชุมชนบ้านเสมา ความสะดวกรวดเร็วของระบบจัดการบริการอื่น ๆ เช่น การซื้อสินค้าและอาหาร และความเร็วและประสิทธิภาพของระบบการจัดการปัญหา เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ

4. แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จากการสัมภาษณ์คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ประกอบด้วย ประชาชนในหมู่บ้านเสมา บุคลากรจากองค์กรของรัฐ และภาคเอกชนกลุ่มผู้ประกอบการในบ้านเสมา สามารถนำมาจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยกำหนดได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นเทศกาลประจำปี และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชน ที่นำมาจำหน่ายในช่วงการจัดงานวันวิสาขบูชา และงานวันมาฆบูชา ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter มากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนให้สามารถสร้างอาชีพได้ เพื่อทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ โดยมีการจัดให้มีวิทยากรฝึกพัฒนารูปแบบของสินค้าในชุมชน ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ชูญ กระเป๋าจากผักตบชวา ซึ่งจะสร้างศักยภาพของคนในชุมชนให้มีการพัฒนาฝีมือด้านหัตถกรรม สร้างเป็นอาชีพต่อไป

3. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีกิจกรรมการสำหรับนักท่องเที่ยวได้ทดลองทำของที่ระลึกซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านเสมา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดการรับรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ชูญที่นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจะสามารถนำไปเป็นของฝากของที่ระลึก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในชุมชนอีกด้วย

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับการบอกเล่าจากเพื่อนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านเสมา มีความสวยงามแปลกตา การจัดกิจกรรมงานบุญที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำทะเลชุบ ที่เป็นแห่งเดียวในประเทศไทยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562) พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดและปัจจัยที่ใช้ดันให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงบอก ต่อในความประทับใจของสถานที่เที่ยวให้คนที่รู้จัก เป็นการพัฒนาส่วนประสมการตลาดไปสู่ความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร โสภมรรค (2565) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ถาวรวิสิทธิ (2564) พบว่า สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว คือ วัฒนธรรมนิยมประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่นวัตกรรมใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอ ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เช่น พระธาตุยาकु ใบเสมาหินทรายโบราณที่เป็นสถาปัตยกรรมสมัยนั้น ชุมชนบ้านเสมาเมืองฟ้าแดดสงยางเป็นแหล่งที่มีเสมาหินขนาดใหญ่และสำคัญที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ยังมีขนบธรรมเนียมและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ของตนเอง มีการแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง หมสไบแพรวา ผ้าถุงตีนแดง ในงานวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา และควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ สืบทอดอัตลักษณ์ที่งดงามจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร โสภมรรค (2565) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ (2561) พบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นคำถึงน้ออัตลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและ ขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ก็ยังมีความต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ CrosDu Cros and McKercher (2014) พบว่า สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยวคือทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทของสังคมปัจจุบันจึงถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นมุ่งเน้นการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อนำผู้เยี่ยมชมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

3. ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันสิ่งที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ การมีช่องทางในการนำเสนอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา ที่เป็นเส้นทางเชื่อมต่อได้ในหลายจังหวัด เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา พุกชากิจ (2561) พบว่า การสร้างสาธารณูปโภค ถนนทางเข้าหมู่บ้าน และการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ ทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะทำให้การท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ถาวรวิสิทธิ (2564) พบว่า การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิสรา วุฒิภักดิ์รักษา

(2561) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดใน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยว มากที่สุดคือด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ในชุมชนได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดงานงานวันวิสาขบูชาปุณณมีบูชา และวันงานมาฆปุณณมีบูชา เท่านั้น นอกจากนี้ ยังสามารถพัฒนาสินค้าในชุมชนเพื่อจัดจำหน่ายเป็นของที่ระลึกเพิ่มเติมนอกเหนือจากธูป ซึ่งอาจจะจัดทำของที่ระลึกเป็นใบเสมา เป็นพวงกุญแจ ต่างหู สร้อยคอ เป็นต้น เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนอีกด้วย

1.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพัฒนาอาชีพเกี่ยวกับการจัดทำของที่ระลึกจำหน่าย การออกร้านจัดจำหน่ายสินค้า การจัดทำเพจต่าง ๆ การจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ ให้กับคนในชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการจัดธูป การจักสานกระเป๋ามาจากผักตบชวา เป็นต้น เพื่อดึงดูดใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

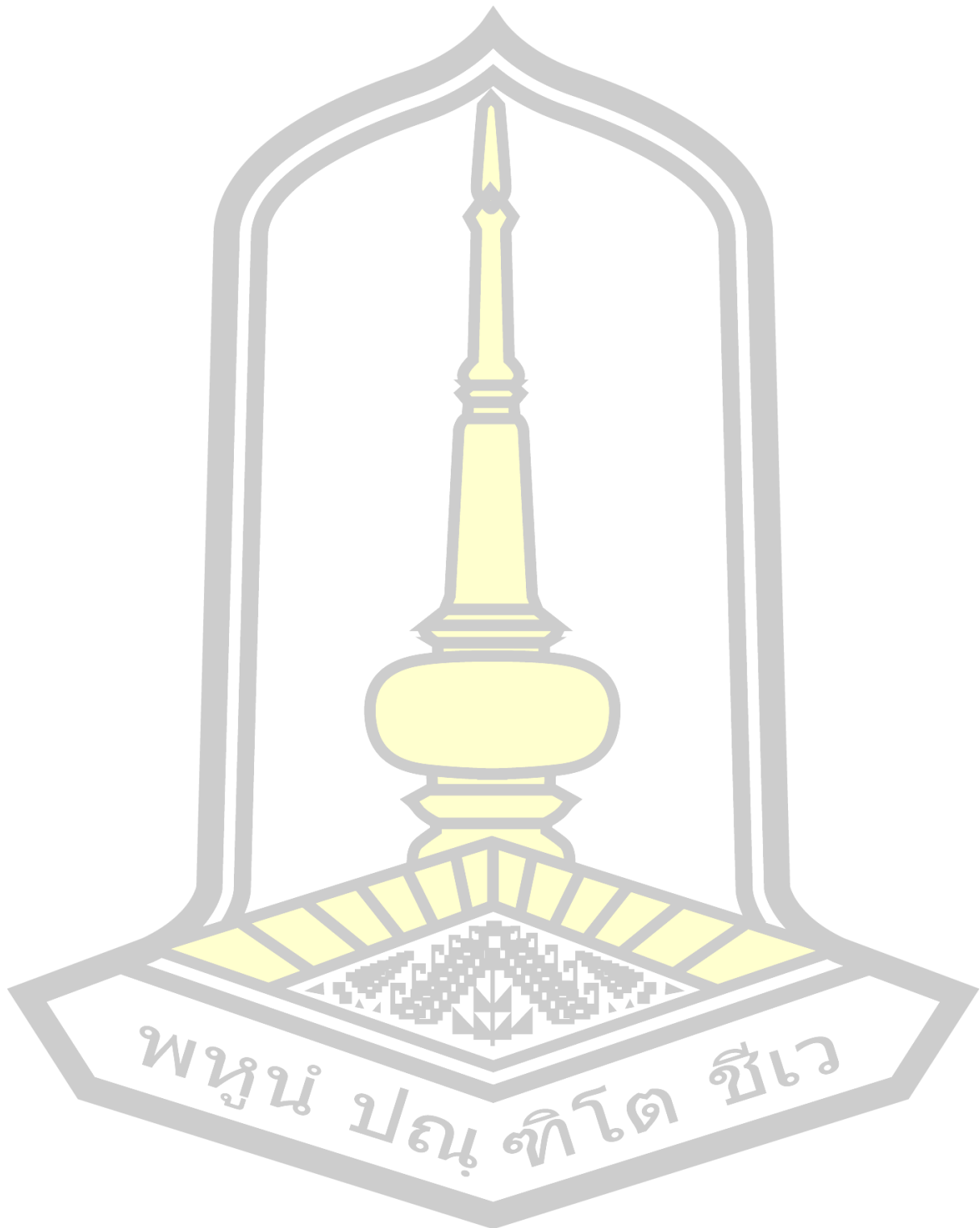
1.3 ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการประกอบธุรกิจ เช่น ร้านกาแฟ โฮมสเตย์ เนื่องจากบ้านเสมา มีทำเลที่ตั้งที่มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบผสมผสาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่มควบคู่ไปกับแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมแนวทางการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอภุมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ การเป็นกันเองของคนในชุมชน หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับและพึงพอใจ

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กชธมน วงศ์คำ. (2562). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอกำแพง จังหวัดมหาสารคาม*. มหาสารคาม: ศูนย์สนับสนุนงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์. (2561). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(28), พฤษภาคม – สิงหาคม.
- กิตติยา พุกพิกิจ. (2561). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 10(1), มกราคม – มิถุนายน.
- จิตติกา คุ่มเรือน. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา*. *วารสาร Dusit Thani College Journal*, 10(1), 58-73.
- จิตตาภา สนิทจันทร์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ*. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทัวร์ออนไทย. (2565). *การท่องเที่ยวเชิงวิถีบ้านเสมา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2565. จาก <https://www.touronthai.com/article/123306>.
- ธนะวิทย์ เพียรดี. (2564). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ : กรณีศึกษากำแพงเพชร ตำบลกันตังใต้ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง*. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 4(1), มกราคม-มิถุนายน.
- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2557). *การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมพฤติกรรมตามค่านิยมและวัฒนธรรมไทยอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สนับสนุนงานวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไปเที่ยวใส. (2565). *ประวัติบ้านเสมา*. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2565. จาก <https://www.paitiewsai.com>.
- พัชรินทร์ จิงประวัติ. (2560). *ความต้องการของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาการตลาดคลองสวนร้อยปี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, มกราคม-มิถุนายน.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2561). *วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-14*. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เมตตา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วันดี ศรีสวัสดิ์. (2559). *องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลทับน้ำ เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

วีรชัย สิงห์คา. (2562). *การศึกษาวัฒนธรรมและประเพณีไทยพวน: กรณีศึกษาชุมชน บ้านถนนแค ตำบลถนนแค อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี*. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ราชมงคล ล้วนนา, 7(1), มกราคม-มิถุนายน.

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และคณะ. (2564). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน*. วารสารสมาคมนักวิจัย, 26(1), มกราคม – มีนาคม.

สโรชา อมรพงษ์มงคล. (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแปน. (2565). *ข้อมูลทั่วไปบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์*. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2565. จาก <http://www.pasukplus.com/informations/>.

อรไท ครุฑเวช. (2563). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมชุมชนชาวเลบ้านแหลมตึกแก จังหวัดภูเก็ต*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 14(3), กันยายน – ธันวาคม.

Armstrong, G. and Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction*. 12th ed. New Jersey: Pearson Education.

Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.

Dodds, R., & Butler, R. W. (2019). *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlin: Walter de Gruyter.

Du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural Tourism*. New York: Routledge.

Fennell, D. A. (2015). *Ecotourism*. 4th ed. New York: Routledge.

Kotler, P. and Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education.

Liu, M. Zhao, L. & Liu, L. (2018). Study on Ice and Snow Tourism Development Strategies in Changbai Mountain Nature Reserve. *Proceedings of the 3th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities* (ICCESSH 2018).

Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21

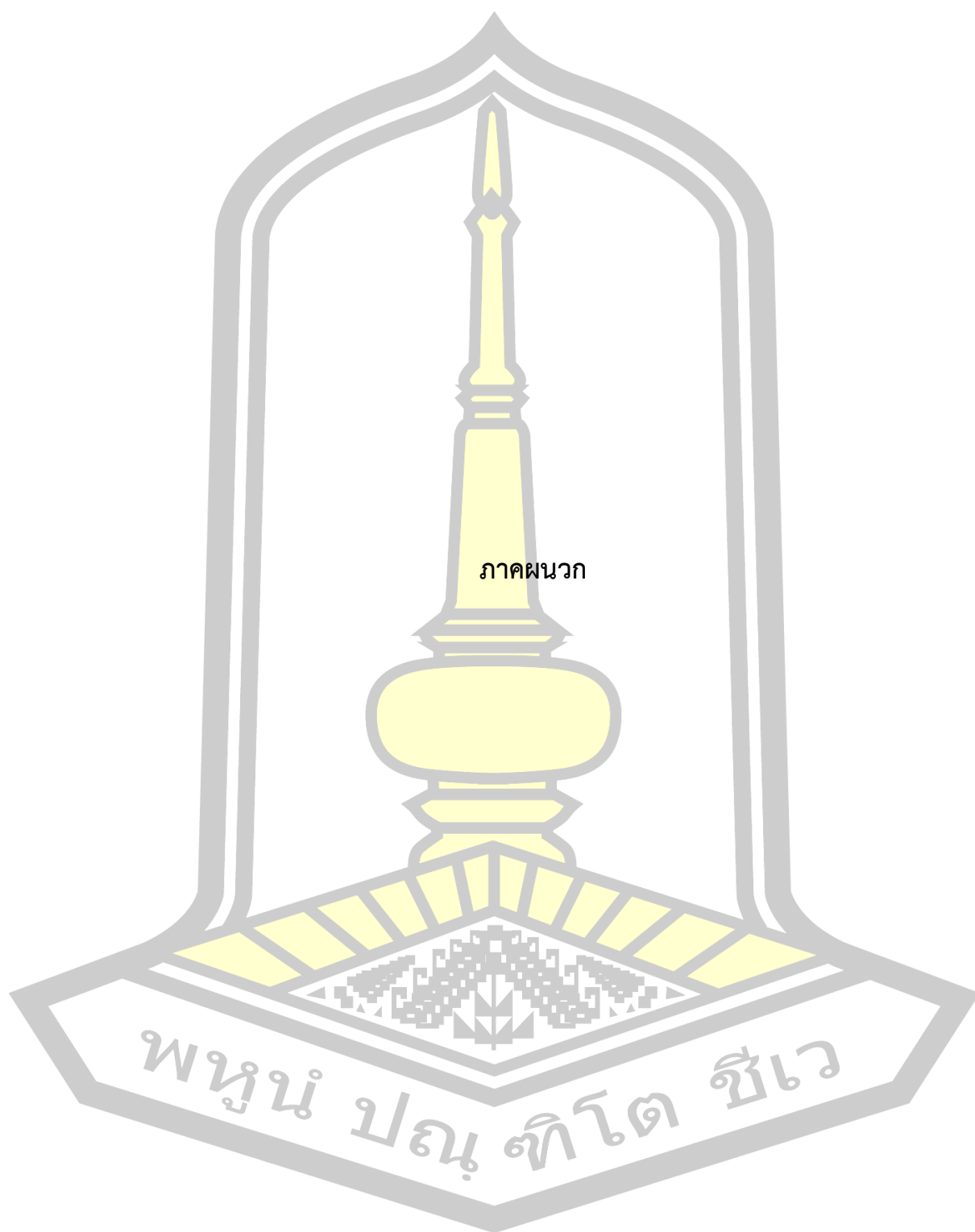
Tepsongkao, P. (2018). *Tourism Geography*. 2nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Publishing.

Tourism Western Australia. (2008). *5A's of Tourism*. Date to Accessed May 3, 2012. from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html.

Yang, J., Yang, R., Sun, J., Huang, T., & Ge, Q. (2017). The Spatial Differentiation of the Suitability of Ice-Snow Tourist Destinations Based on a Comprehensive Evaluation Model in China. *Sustainability*, 9(5), 774-789.

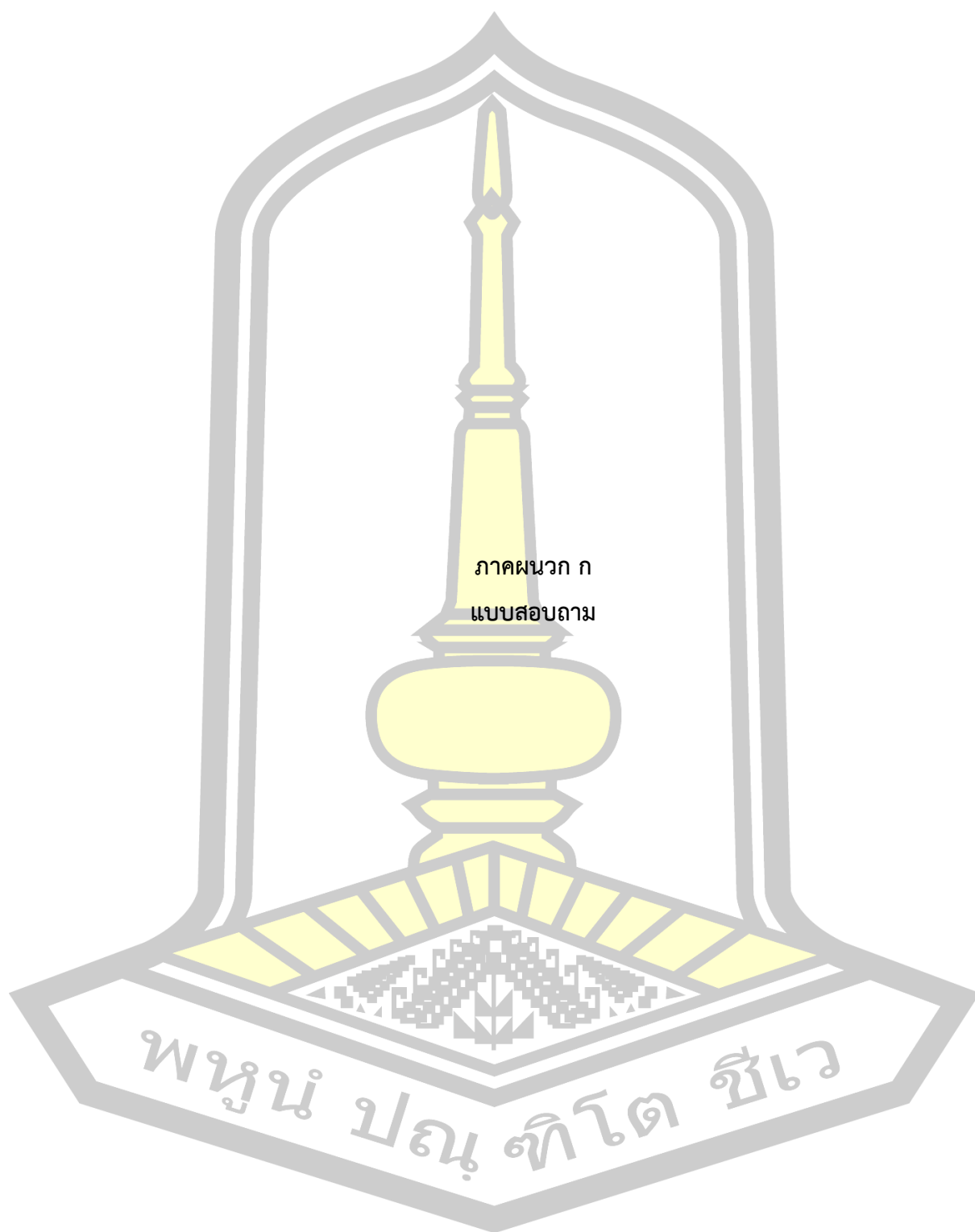
Zhang, J. (2018). *Thoughts on the Development of Ice and Snow Tourism in Changchun City*. Changchun: Pearl River Essays.





ภาคผนวก

พูน ปณ จิต ชีเว





MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน
อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ
 ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน บ้านเสมา ตำบลหนองแปนอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 26 ข้อ
 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้าน
 เสนาลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น
2. การตอบแบบสอบถามครั้งนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบคำถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
3. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปผลการวิจัย โปรดแนบชื่อและที่อยู่หรือนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้
 () ต้องการ () ไม่ต้องการ
5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ โปรดติดต่อ
 ข้าพเจ้า นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ เลขที่ 39 หมู่ 3 ตำบลหายโศก อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี
 41160 โทรศัพท์ 095-6545398 หรือ E-mail address : wanwan171033@gmail.com

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์
ตามความรู้สึกของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณา
ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้

(นางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงศ์)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 20 ปี () 21 - 30 ปี
() 31 - 40 ปี () 41 - 50 ปี
() 51 - 60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

() เกษตรกรรม () นักเรียน/นักศึกษา
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน
() ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () เกษียณอายุราชการ
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ไม่มีรายได้ () ต่ำกว่า 5,000 บาท
() 5,001 - 10,000 บาท () 10,001 - 15,000 บาท
() 15,000 - 25,000 บาท () มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

6. ภูมิลำเนา

- () จังหวัดกาฬสินธุ์
() จังหวัดอื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา

- () ท่องเที่ยวเชิงศาสนา/แสวงบุญ () ท่องเที่ยวเยี่ยมญาติ/เพื่อน
() ท่องเที่ยวเพื่อความสำเร็จ () ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม
() ท่องเที่ยวเพื่อมารักษาสุขภาพ () ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้การทอผ้า
() อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมาพร้อมกับกลุ่มใด

- () มาคนเดียว () มากับเพื่อน
() มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง () มากับบริษัททัวร์
() อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา

- () รถยนต์ส่วนตัว () รถโดยสารประจำทาง
() รถตู้ส่วนตัว () รถจักรยานยนต์
() เครื่องบิน () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

10. ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่

- () พักค้างคืน () ไม่พักค้างคืน (ข้ามไปตอบข้อ 13)

11. ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก

- () โรงแรม () รีสอร์ท
() บ้านญาติ/เพื่อน () โฮมสเตย์
() วัด/โรงเรียน () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

12. ระยะเวลาการพักแรม

- () 1 คืน () 2 คืน
() 3 คืน () มากกว่า 3 คืน

13. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน

- () น้อยกว่า 1,000 บาท () 1,001 – 2,000 บาท
() 2,001 – 3,000 บาท () มากกว่า 3,001 บาท

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

14. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- () ครั้งแรก () ครั้งที่ 2
() ครั้งที่ 3 () มากกว่า 3 ครั้ง

15. ท่านรู้จักชุมชนบ้านเสมาจากช่องทางใด

- () หนังสือพิมพ์ () วิทยุ/โทรทัศน์
() อินเทอร์เน็ต () วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง
() ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว/ททท. () สมาคมท่องเที่ยว
() บริษัททัวร์ () เอกสารแผนพับ/โบรชัวร์
() อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชุมชนบ้านเสมา					
1.2 ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนบ้านเสมา					
1.3 ความหลากหลายของจุดท่องเที่ยว					
1.4 สาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพใช้การได้ดี					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในชุมชนบ้านเสมา					
2.2 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ					
2.3 ของฝากมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา					

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.2 ความสะดวกในการเดินทางการเข้าถึงชุมชนบ้านเสมา					
3.3 ความเพียงพอของพื้นที่ชุมชนบ้านเสมา					
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์					
4.2 การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter					
4.3 การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ เช่น งานลอยกระทง ปีใหม่ สงกรานต์					
4.4 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในการประชาสัมพันธ์					
5. ด้านบุคคล (People)					
5.1 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่แนะนำในการให้บริการ					
5.2 ความรู้เกี่ยวกับชุมชนบ้านเสมาและความสามารถในการให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					
5.3 มารยาทและความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
5.4 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ฉุกเฉินช่วยชีวิตตามบริเวณต่าง ๆ ภายในชุมชนบ้านเสมา					
6. ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)					
6.1 การจัดตกแต่ง ความสวยงามและบรรยากาศของชุมชนบ้านเสมา					
6.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในชุมชนบ้านเสมา					
6.3 การบำรุงรักษา ความปลอดภัยชุมชนบ้านเสมา					
6.4 ความเพียงพอและความชัดเจนของป้ายแผนผังและข้อปฏิบัติในการเข้าชม					
7. ด้านกระบวนการ (Process)					
7.1 ความรวดเร็วและความหลากหลายของช่องทางในการหาข้อมูลชุมชนบ้านเสมา					

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7.2 ความสะดวกรวดเร็วของระบบจัดการบริการอื่น ๆ เช่น การซื้อสินค้าและอาหาร					
7.3 ความเหมาะสมของระบบจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวกับการเข้าชมชุมชนบ้านเสมา					
7.4 ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของระบบการจัดการปัญหา เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมา
ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

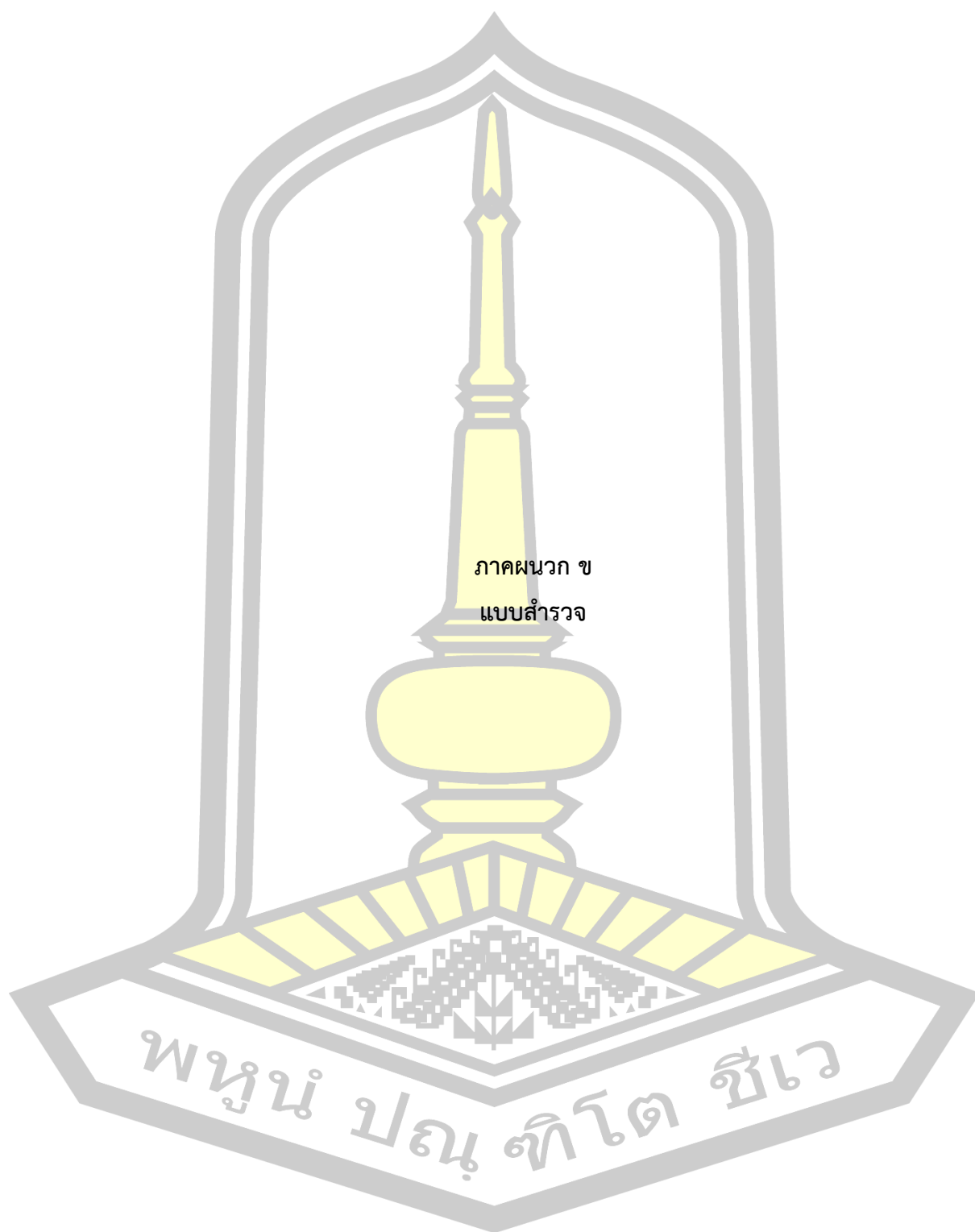
.....

พูน ปณัฐ์ ชีวะ

ขอขอบพระคุณ

(นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงศ์)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม





MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสำรวจเพื่อการวิจัย

เรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง

1. แบบสำรวจชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5As) บ้านเสมา ตำบลหนองแปนอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้าน เสมาลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสำรวจแสดงความคิดเห็น

2. แบบสำรวจได้ประยุกต์มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อเป็นตัวกำหนด องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวบ้านเสมา ตำบลหนองแปนอำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ในการ รongรับ ในรูปแบบ Rating Scale กำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แล้ววิเคราะห์ผลแบบ Weight Sum Analysis มีค่าคะแนนดังนี้

ระดับค่ามากที่สุด คิดเป็น 5 คะแนน

ระดับค่ามาก คิดเป็น 4 คะแนน

ระดับค่าปานกลาง คิดเป็น 3 คะแนน

ระดับค่าน้อย คิดเป็น 2 คะแนน

ระดับค่าน้อยที่สุด คิดเป็น 1 คะแนน

3. การตอบแบบสำรวจครั้งนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัย กรุณาตอบคำถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้ มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงโปรดตอบแบบสำรวจตามความเป็นจริง และ ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอใน ภาพรวมเท่านั้น

4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปผลการวิจัย โปรดแนบชื่อและที่อยู่หรือนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้

() ต้องการ () ไม่ต้องการ

5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ โปรดติดต่อ
ข้าพเจ้า นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ เลขที่ 39 หมู่ 3 ตำบลหายโศก อำเภอบ้านฝาง จังหวัดอุดรธานี
41160 โทรศัพท์ 095-6545398 หรือ E-mail address : wanwan171033@gmail.com

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสำรวจ
ตามความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณา
ตอบแบบสำรวจในครั้งนี้

(นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 30 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าประถมศึกษา

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษา/ปวช.

() อนุปริญญา/ปวส.

() ปริณญาตรี

() สูงกว่าปริณญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน

() ไม่มีรายได้

() ไม่เกิน 5,000 บาท

() 5,001 – 10,000 บาท

() 10,001 – 15,000 บาท

() 15,000 – 20,000 บาท

() มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสำรวจเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านเสมา

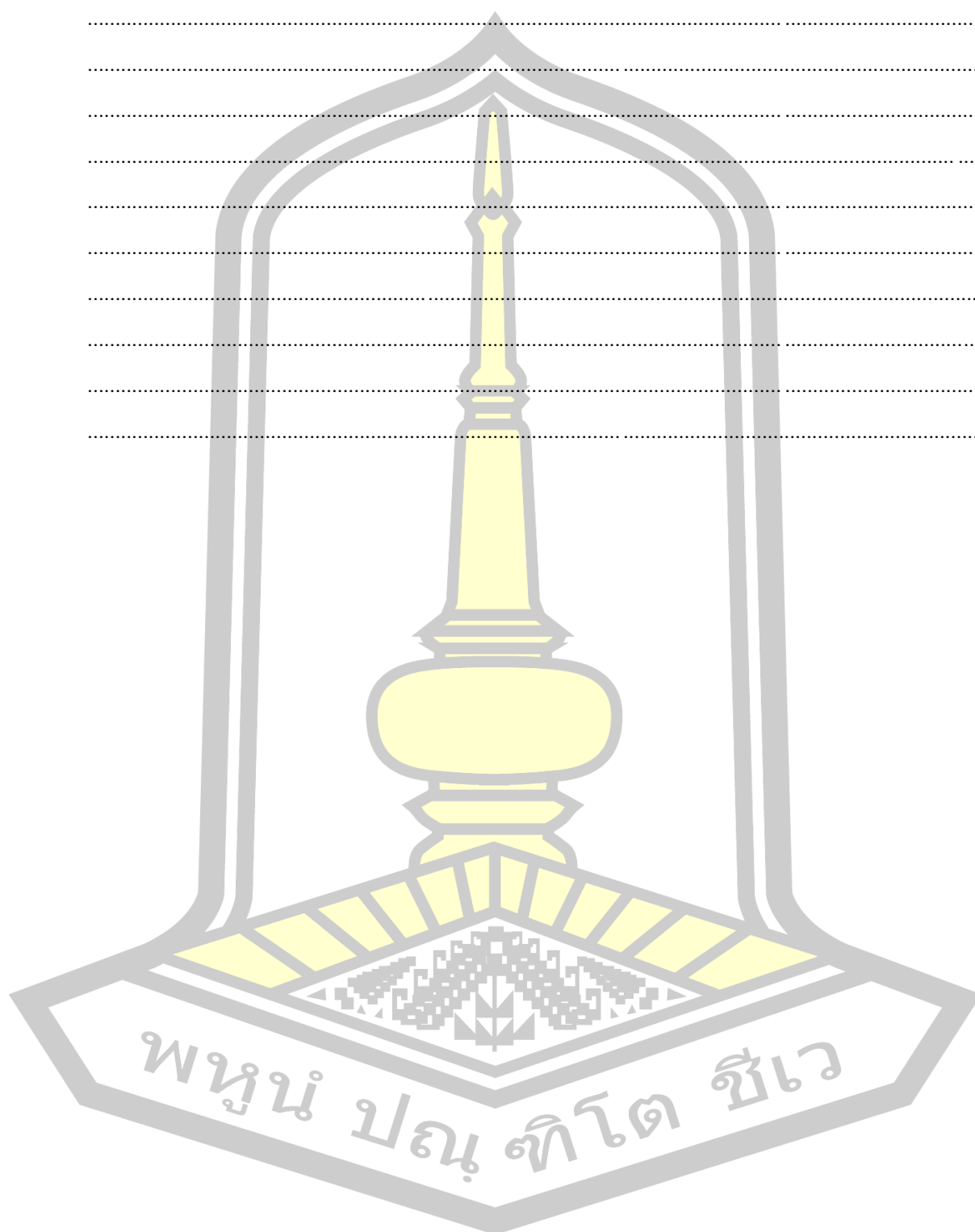
ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

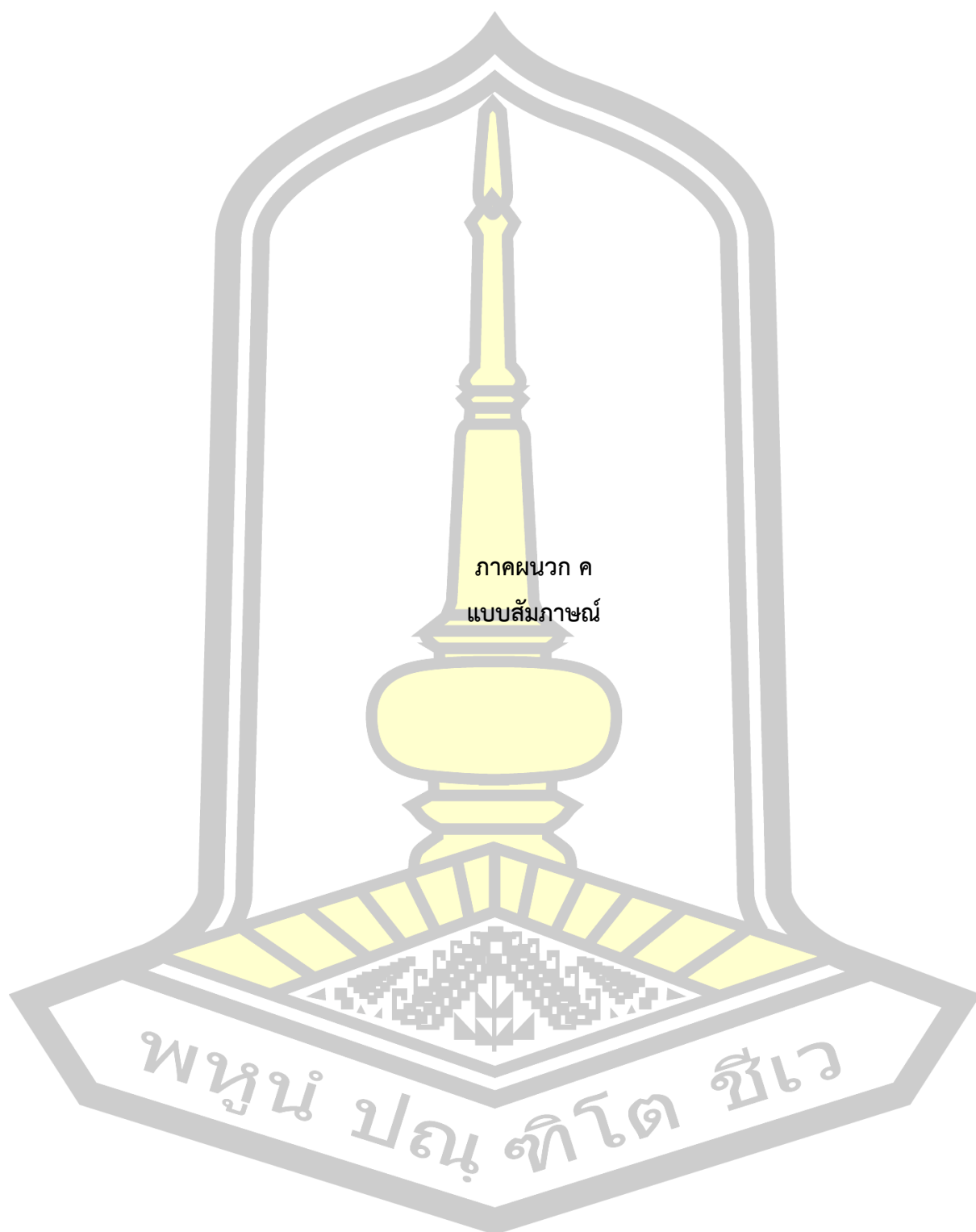
(โปรดใส่เครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)					
1. ชุมชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นน่าสนใจในระดับใด					
2. ชุมชนมีสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่น่าเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในระดับใด					
3. ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด					
การเดินทางเข้าถึง (Accessibility)					
4. นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายในระดับใด					
5. นักท่องเที่ยวสัมผัสและรับรู้ถึงรูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนอย่างเห็นได้ชัดในระดับใด					
6. นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอกมลาไสยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในระดับใด					

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)					
7. นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้อย่างเห็นได้ชัดในระดับใด					
8. นักท่องเที่ยวได้รับคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนแต่สามารถรับรู้และสัมผัสได้ในระดับใด					
9. นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับใด					
ที่พัก (Accommodation)					
10. สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางมีความเหมาะสมและสร้างความประทับใจได้ในระดับใด					
11. สถานที่พักมีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ ได้สัมผัสถึงการเข้าถึงธรรมชาติอย่างแท้จริงในระดับใด					
12. สถานที่พักมีแสดงออกวิถีชีวิตและอารยธรรมท้องถิ่นอย่างมีเสน่ห์ในระดับใด					
13. สถานที่พักมีการเก็บค่าที่พักตามความเหมาะสม กับการบริการและบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ในระดับใด					
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)					
14. มีกิจกรรมการดำเนินการของรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในระดับใด					
15. มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นในระดับใด					
16. กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจและเกิดความเพลิดเพลินอารมณ์ในระดับใด					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม







MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน
อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง

- แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ แบบสัมภาษณ์ชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ
 ตอนที่ 2 การศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 16 ข้อ
 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
- การตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบคำถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
- โปรดตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง และข้อมูลที่ท่านตอบแบบสัมภาษณ์นี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
- หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ โปรดติดต่อ
 ข้าพเจ้า นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ เลขที่ 39 หมู่ 3 ตำบลห้วยโศก อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี
 41160 โทรศัพท์ 095-6545398 หรือ E-mail address : wanwan171033@gmail.com

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์
ตามความรู้สึกของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณา
ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้

(นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงศ์)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ตำแหน่งงาน

- () บุคลากรจากองค์กรของรัฐ
- () กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้าน
- () ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา

2. ประสบการณ์ในการทำงาน

- () น้อยกว่า 5 ปี () 5 – 9 ปี
- () 10 - 14 ปี () มากกว่า 14 ปี

3. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

- () น้อยกว่า 5 ปี () 5 – 9 ปี
- () 10 - 14 ปี () มากกว่า 14 ปี

ตอนที่ 2 การศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย
จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ชุมชนบ้านเสมามีการประยุกต์ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
เข้ากับการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

2. ชุมชนบ้านเสมามีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของหมู่บ้านอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ชุมชนบ้านเสมามีความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง และปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

4. ชุมชนบ้านเสมอสามารถนำเสนอความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ชุมชนบ้านเสมอมีการสร้างและการทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. ชุมชนบ้านเสนามีความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์อย่างไร

.....

.....

.....

7. ชุมชนบ้านเสนามีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างไร

.....

.....

.....

8. ชุมชนบ้านเสนามีการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอกให้เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

9. ชุมชนบ้านเสนามีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

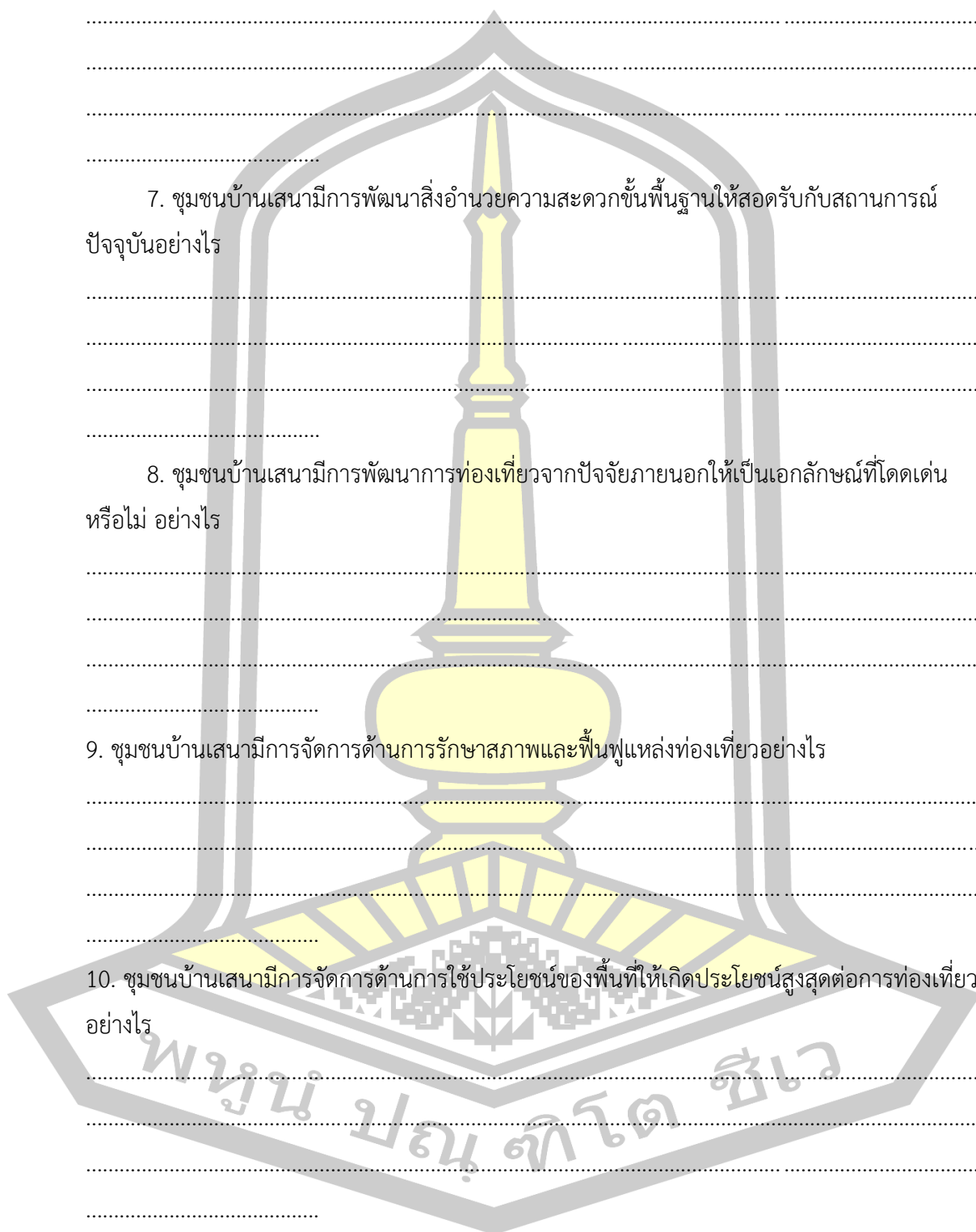
.....

10. ชุมชนบ้านเสนามีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....



11. ชุมชนบ้านเสนามีการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

12. ชุมชนบ้านเสนา มีการจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

.....

13. ชุมชนบ้านเสนา มีการจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร หรือในเทศกาลใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

14. ชุมชนบ้านเสนา มีการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกหรือไม่

.....

.....

.....

.....

15. ชุมชนบ้านเสนา เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหรือไม่

.....

.....

.....

.....

16. ชุมชนบ้านเสนา มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือนเท่าไร

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

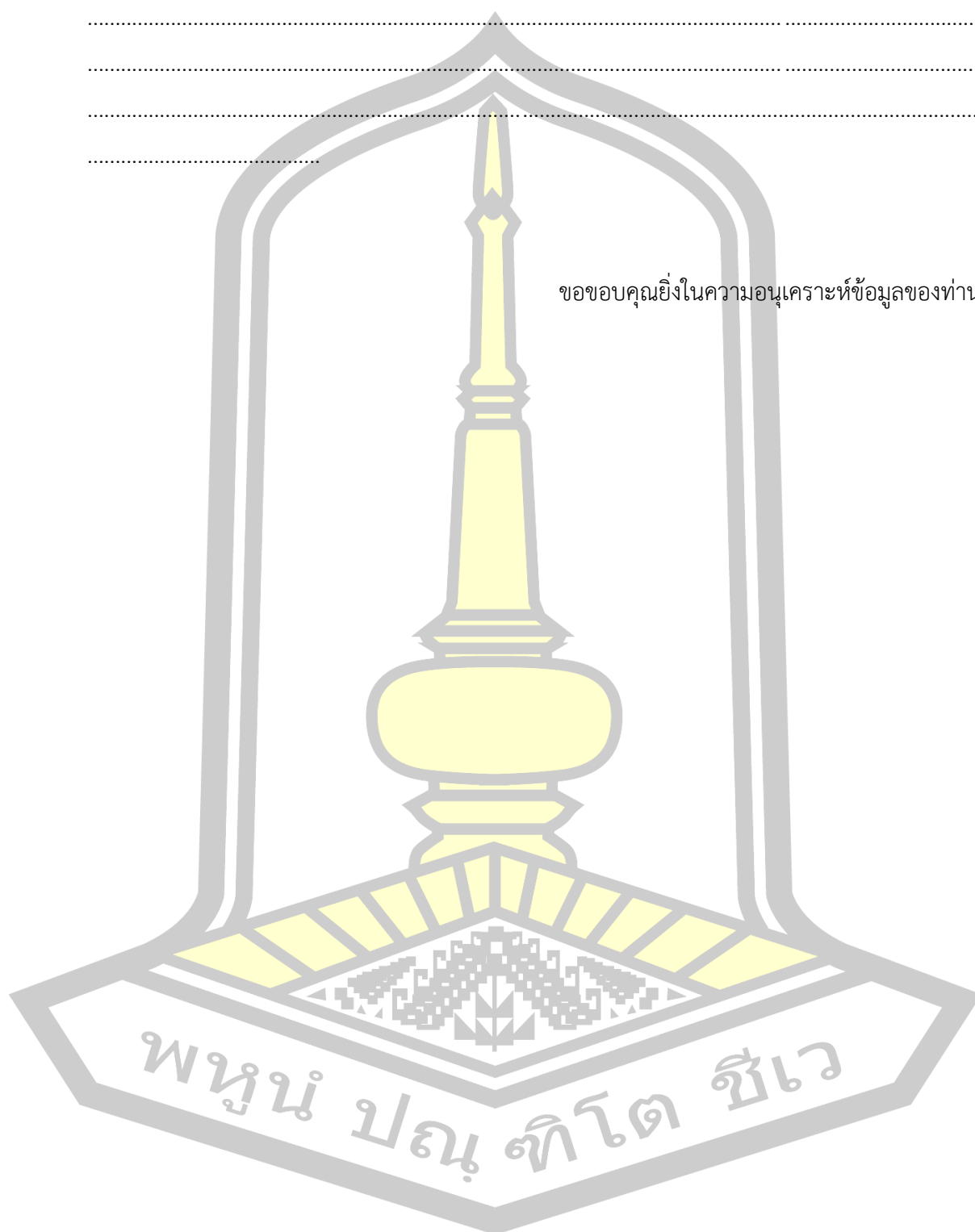
.....

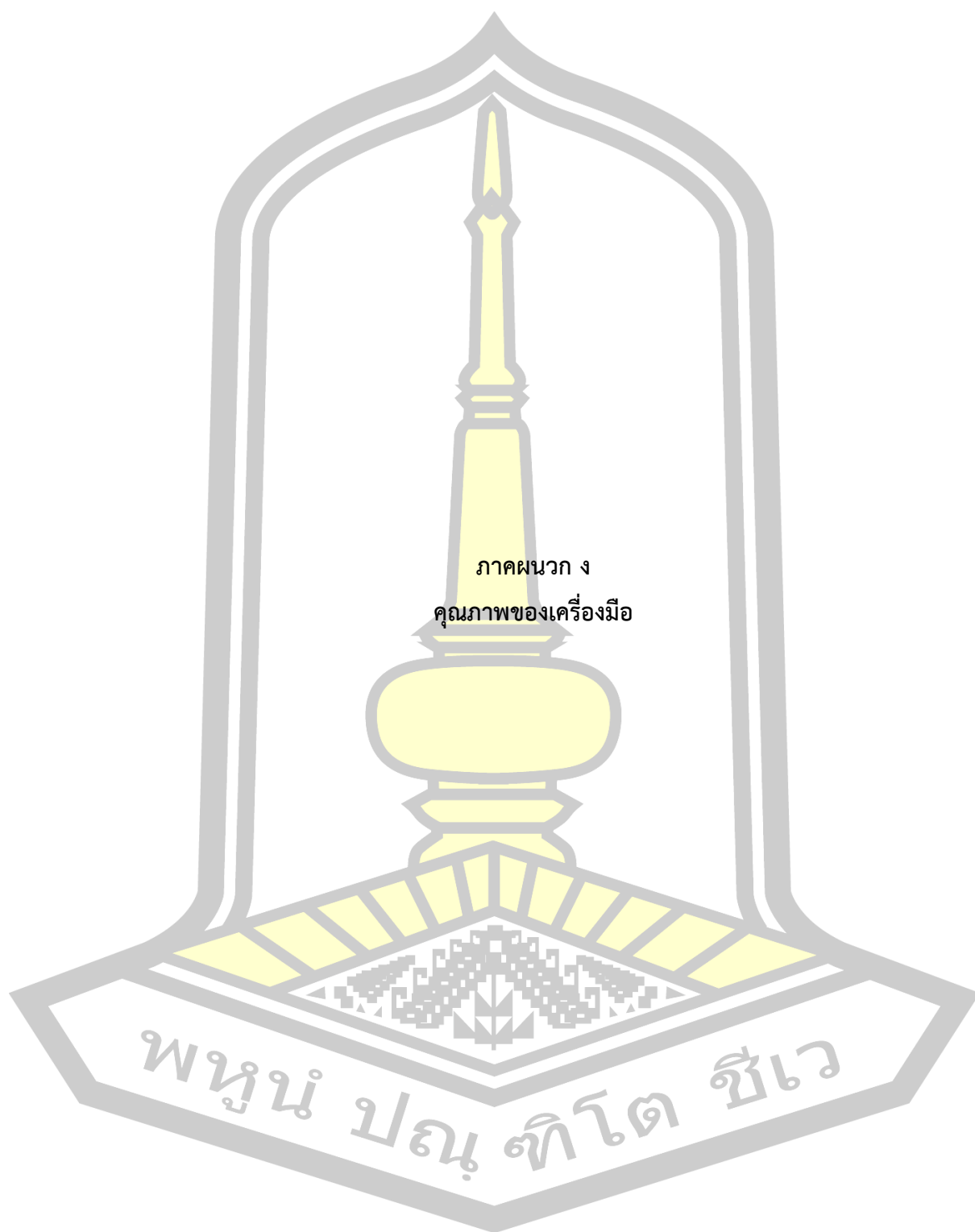
.....

.....

.....

ขอขอบคุณยิ่งในความอนุเคราะห์ข้อมูลของท่าน



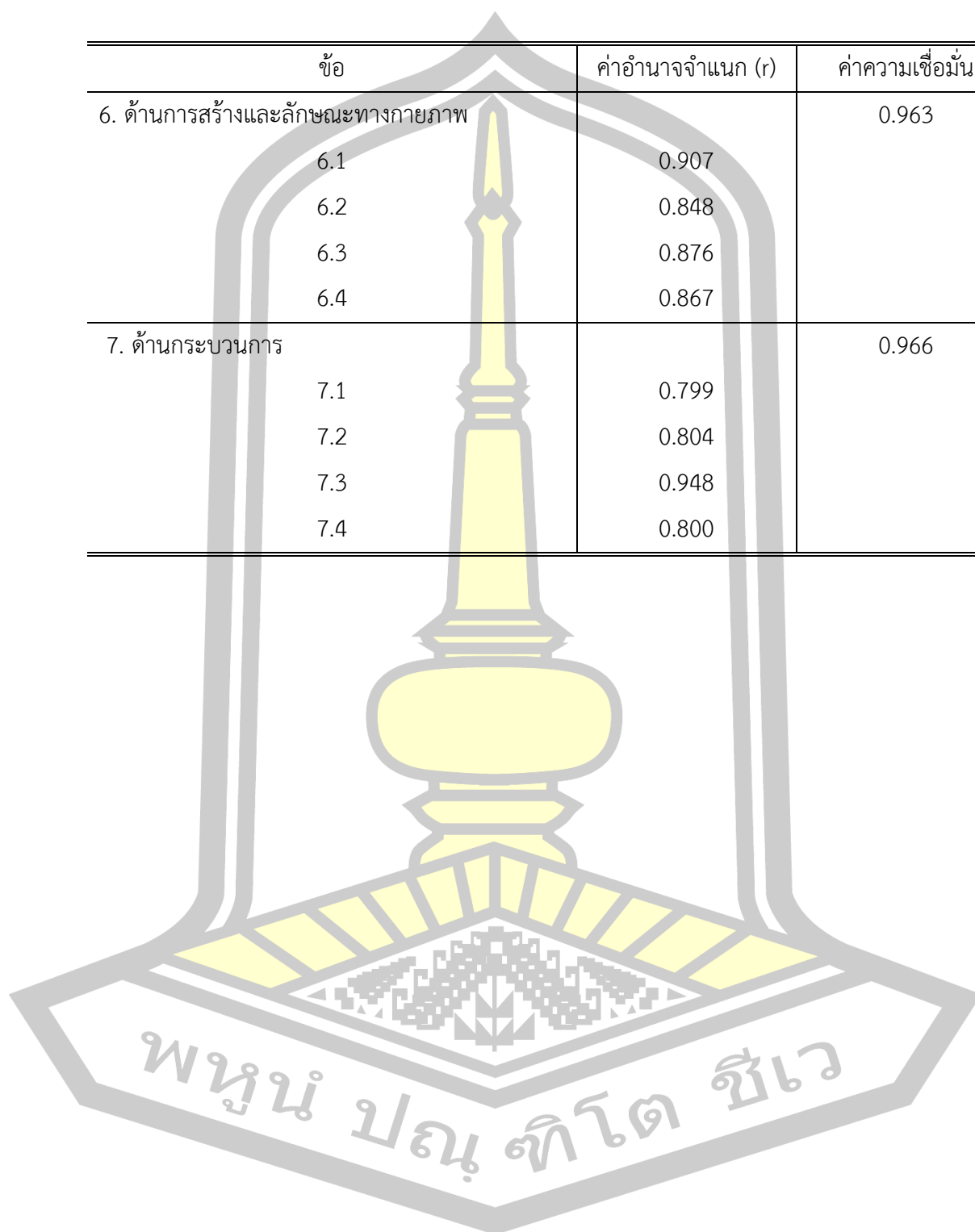


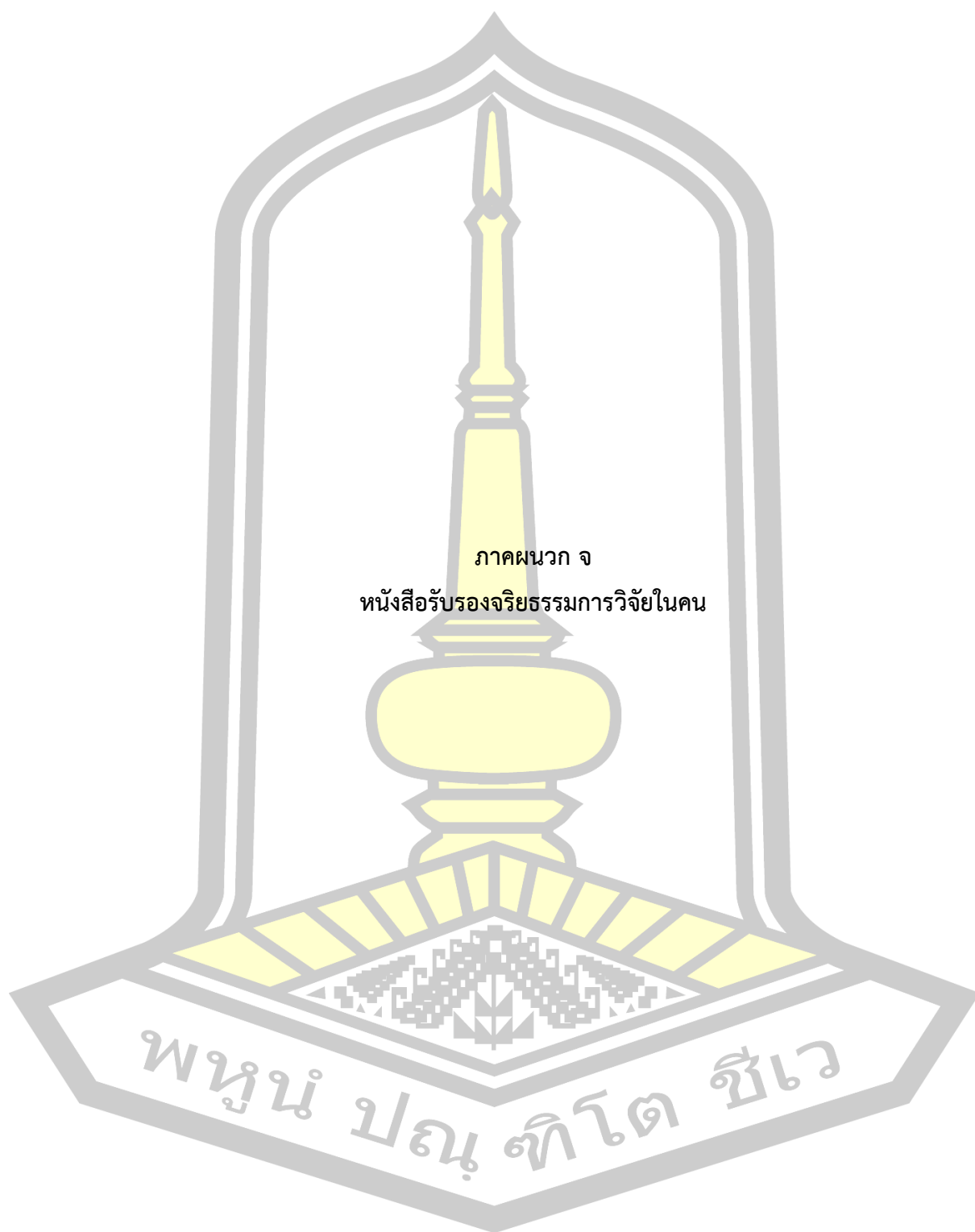
ตาราง 11 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว		
1. ด้านผลิตภัณฑ์		0.975
1.1	0.471	
1.2	0.518	
1.3	0.416	
1.4	0.850	
2. ด้านราคา		0.967
2.1	0.736	
2.2	0.794	
2.3	0.629	
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		0.968
3.1	0.802	
3.2	0.809	
3.3	0.793	
4. ด้านส่งเสริมการตลาด		0.966
4.1	0.877	
4.2	0.847	
4.3	0.856	
4.4	0.895	
5. ด้านบุคคล		0.962
5.1	0.868	
5.2	0.915	
5.3	0.868	
5.4	0.860	

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
6. ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ		0.963
6.1	0.907	
6.2	0.848	
6.3	0.876	
6.4	0.867	
7. ด้านกระบวนการ		0.966
7.1	0.799	
7.2	0.804	
7.3	0.948	
7.4	0.800	







คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 184-226/2566

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province.

ผู้วิจัย : นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานที่ทำการวิจัย : บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบยกเว้น

วันที่รับรอง : 11 พฤษภาคม 2566

วันหมดอายุ : 10 พฤษภาคม 2567

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจักต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษกรหญิงราตรี สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



MAHASARAKHAM UNIVERSITY ETHICS COMMITTEE FOR
RESEARCH INVOLVING HUMAN SUBJECTS

Certificate of Approval

Approval number: 184-226/2023

Title : Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province.

Principal Investigator : Miss. Amornrat Chaiyawong

Responsible Department : Faculty of Tourism and Hotel Management

Research site : Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province

Review Method : Exemption Review

Date of Manufacture : 11 May 2023

expire : 10 May 2024

This research application has been reviewed and approved by the Ethics Committee for Research Involving Human Subjects, Mahasarakham 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)

226/66

ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย)อายุ ปี
ที่อยู่ บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....
หรือ E-mail address :

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัคร
ในโครงการวิจัยเรื่องส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน
อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยข้อความที่อธิบายประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและ
จุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์
ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกัน
และแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอน
แนบสอนถามโดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
แล้ว ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูล
ส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัย
เพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้า
สามารถถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใด ๆ ในการ
เข้าใช้บริการโรงแรม ที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไปในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้
ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....



ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(.....)

วันที่.....

เอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตปริญญาโท การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง (ภาษาไทย) ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ (ภาษาอังกฤษ) Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province

โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อสำรวจและค้นหาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ประโยชน์ที่ท่านจะได้รับจากการวิจัยนี้ คือ

1. จังหวัดกาฬสินธุ์และผู้นำชุมชนสามารถนำข้อมูลจากการวิจัย ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ทำการส่งเสริม การสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชนในท้องถิ่น ได้ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติ และการจัดการวางแผนด้านการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวบูรณาการเชิงวัฒนธรรม
2. ชุมชนรอบๆ หมู่บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์มีฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สามารถนำไปพัฒนา และต่อยอดในอนาคตได้
3. ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรักหวงแหน ตระหนักถึงความสำคัญ และมีความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง
4. เป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดในการวิจัยในเชิงพื้นที่ ฤดูกาลในการท่องเที่ยว รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถามในประเด็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนผสมทางการตลาดบริการการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยคำถาม จำนวน 26 ข้อ และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งประกอบด้วยคำถาม จำนวน 16 ข้อ ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืน โดยผู้วิจัยจะไปเก็บด้วยตนเอง

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อการปฏิบัติงานของท่านแต่ประการใด



ECMSU01-05.03 Update 2021

ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงศ์ ที่เลขที่ 39 หมู่ 3 ตำบลหายโศก อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี 41160 โทรศัพท์ 095-6545398 หรือ E-mail address : wanwan171033@gmail.com

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

ขอขอบพระคุณอย่างสูง



(นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงศ์)
ผู้วิจัย





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โทร 1758

ที่ อว 0605.1(9)/ 2354

วันที่ 15 พฤษภาคม 2566

เรื่อง ขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

เรียน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตามที่นี้สิดในสังกัดของท่านได้ยื่นโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้

1. ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอ กมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ : Marketing Mix for Cultural Tourism in Sema Community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province. (No.226/66)

บัดนี้ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาโครงการวิจัย ข้างต้นบนพื้นฐานด้านจริยธรรมการวิจัยในคนแล้ว เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2566 พร้อมทั้งมีมติอนุมัติรับรอง โครงการวิจัยแบบยกเว้น (Exemption Review) ตามเอกสารใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนที่ส่งมาพร้อม กันนี้ ทั้งนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจักต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

(นางฉวีวรรณ อรรถเศรษฐ์)

เลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เรียน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

☒ เพื่อโปรดทราบ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ ขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

☒ เพื่อโปรดพิจารณา.....

☒ เห็นควรมอบ.....รองคณบดีฝ่ายสนับสนุนเพื่อทบทวนและดำเนินการต่อไป

23 พ.ค. 66

23 พ.ค. 2566

☒ ทราบ

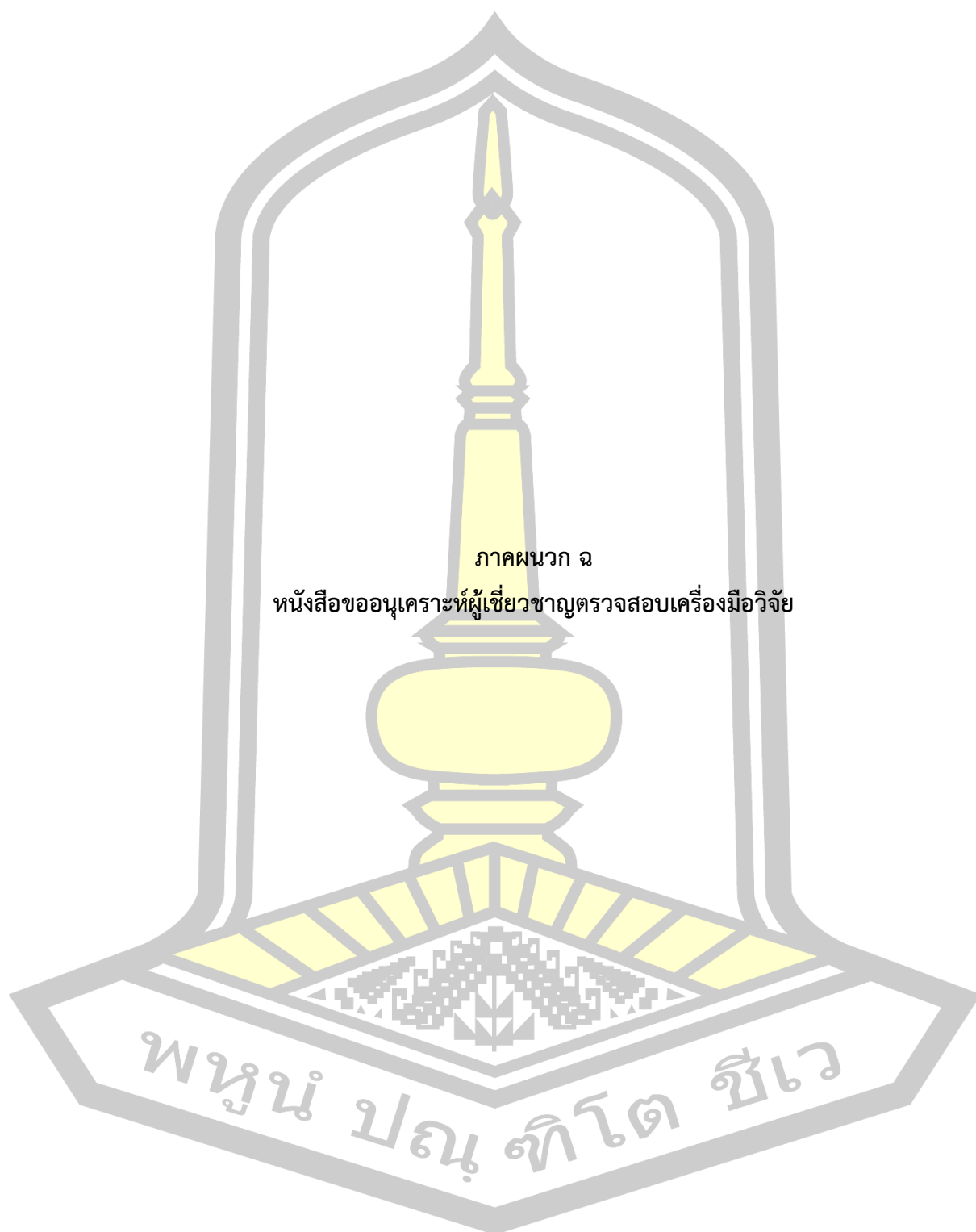
☒ ตามเสนอ

☐ อนุญาต

(นางสาวกมลทิพย์ เหล่าอรรถะ)

☐ อนุมัติรองคณบดีฝ่ายบริหารและแผน รักษาราชการแทน

☐ อื่น ๆ คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



ภาคผนวก ฉ

หนังสือขออนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

พญานัก ปณฺ ทิโต ชีเว



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ...คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม...สำนักบัณฑิตศึกษา โทร.4083

ที่...อว.0605.17(3)/191

วันที่ 7 เมษายน 2566

เรื่อง...ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือนิวอี้

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

ด้วยนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 62011080002 สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม กำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การศึกษาวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ คณะฯ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถามวิจัย เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



ที่ อว 0605.17(3)/1๗0

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

๗ เมษายน 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิทย์ สัจจงแสง (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การศึกษาวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ปฏิบัติราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทรศัพท์ 0 4397 0763



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม สำนักบัณฑิตศึกษา โทร.4083

ที่ อว.0605.17(3)/ 192

วันที่ 7 เมษายน 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

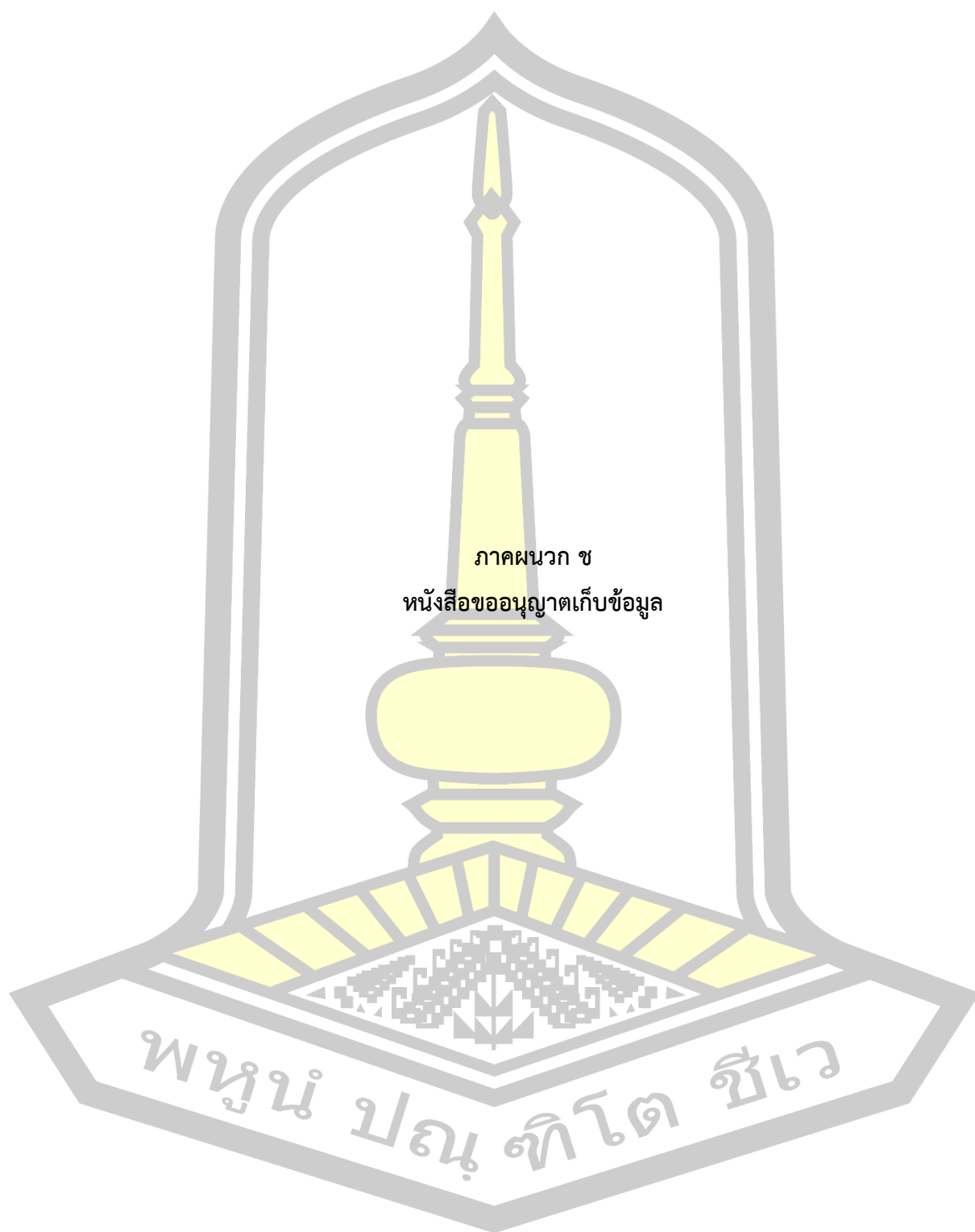
เรียน อาจารย์ ดร.วันทกาญจน์ สีมารุทธิ์

ด้วยนางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม กำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การศึกษาวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ คณะฯ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถามวิจัย เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)
คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม





ที่ อว 0605.17(3)/ 225

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

3 กรกฎาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน ชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วยนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ชุมชนบ้านเสมามีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้ นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางวันทกาญจน์ สีมารุฤทธิ์ การ์ด)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการและกิจกรรมพิเศษ

รักษาราชการแทน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 437 0763



ที่ อว 0605.17(3)/ 227

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

3 กรกฎาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วยนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางวันทกาญจน์ สีมารุญठी การ์ด)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการและกิจกรรมพิเศษ

รักษาราชการแทน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763

ที่ อว 0605.17(3)/226



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

3 กรกฎาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน นายกเทศมนตรี ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วยนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ตำบลหนองแปนมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้ นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางวันทกาญจน์ สีมารุทธิ์ การ์ด)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการและกิจกรรมพิเศษ

รักษาราชการแทน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 437 0763

ที่ อว 0605.17(3)/228



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

3 กรกฎาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านเสมา

ด้วยนางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โฮมสเตย์ ชุมชนบ้านเสมามีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้ นางสาวอมรรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางวันทกาญจน์ สีมารุทธิ์ การ์ด)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการและกิจกรรมพิเศษ

รักษาราชการแทน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763

ที่ อว 0605.17(3)/ 229



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

3 กรกฎาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร ชุมชนบ้านเสมา

ด้วยนางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต 62011080002 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ชุมชนบ้านเสมามีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้ นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงษ์ หมายเลขติดต่อ 09 5654 5398 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางวันทกาญจน์ สีมารุทธิ์ การ์ด)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการและกิจกรรมพิเศษ

รักษาราชการแทน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763

มณ จิ ๒๔

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอมรรัตน์ ไชยวงศ์
วันเกิด	วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2533
สถานที่เกิด	อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 39 หมู่ที่ 3 ตำบลหายโศก อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี รหัสไปรษณีย์ 41160
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ครู
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี เลขที่ 88 หมู่ที่ 14 ตำบลเชียงหวาง อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี รหัสไปรษณีย์ 41150
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2556 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พ.ศ. 2566 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทุนวิจัย	-
ผลงานวิจัย	-

พูน ปณ จิตโต ชีเว