

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์  
**Factors Affecting in Managing Cultural Tourism of  
the Tourist Attractions in Kalasin Provice**

ณัฐพร ภูแต่มนิล, เสาวลักษณ์ นิกorpittaya,  
สิทธิพร สุนทร และ ภัญชิตา น้อยเจริญ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**Nutthaporn Phootaemnin, Suawaluck Nikornpittaya,  
Sithiporn Soonthorn and Phunthila Noicharoen**  
Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand  
Corresponding Author, E-mail : thantikan22@gmail.com

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งได้จากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง Stepwise และข้อเสนอแนะผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และพรรณนาความ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมทั้ง 3 ปัจจัย เรียงลำดับการเข้าสู่สมการตามความสัมพันธ์ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านการคมนาคม และ ปัจจัยด้านรายได้ สามารถร่วมกันอธิบายตัวแปรตาม คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ร้อยละ 28.70 มีค่า ( $R^2 = .287$ ) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha .05$  และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ควรปรับปรุงทัศนียภาพในแหล่ง

ท่องเที่ยวให้มีความสุข สสะอาด เรียบร้อยอยู่เสมอ ควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ทางด้าน วัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่มาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวได้สะดวก ควรมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและ ต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** การจัดการแหล่งท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว

## Abstracts

The purposes of the study were 1) to study levels of factors affecting in managing cultural tourism, 2) to investigate levels of managing cultural tourism, 3) to explore factors affecting in managing cultural tourism, and 4) to study suggestions on ways of managing in factors affecting in managing cultural tourism of the tourist attractions in Kalasin province. The study was a quantitative research. The instruments were the questionnaires. The participants were 400 tourists in Kalasin province and the calculation formula of Taro Yamane is presented. The statistic used were frequency distributions, mean, average, standard deviation, Pearson Product Moment Correlation, and Multiple Linear Regression with the statistically significant at the 0.05 level. Beside that, the suggestions were calculated through the frequency distributions and description. The results shown 1) levels of factors affecting in managing cultural tourism were at the highest level, 2) levels of managing cultural tourism were at the highest level, 3) there were 3 factors affecting in managing cultural tourism of the tourist attractions in Kalasin province; culture, transportation, and income These 3 factors were used to describe the dependent variable, managing cultural tourism of the tourist attractions in Kalasin province averagely at 28.07,  $R^2 = .287$ , with the statistically significant at the 0.05 level, and 4) suggestions on ways of managing in factors affecting in managing cultural tourism 1) improving the interior landscape with beautiful, clean, and tidy conditions, 2) using the unique and outstanding from each culture to attract the tourists, 3) it should have enough transportation for the tourist attractions, it should have facility management, and using various and continue publics.

**Keywords:** Tourism Management; Cultural Tourism; Factors Affecting in Tourism

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของวัฒนธรรมแขนงหนึ่ง เนื่องจาก ศาสนาประกอบไปด้วยความเชื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อที่ควบคุมสิ่งที่ยอยู่นอกเหนือจากการควบคุมของมนุษย์ ดังนั้นมนุษย์จึงสร้างพิธีกรรมการบวงสรวงเพื่อสร้างสัมพันธ์กับอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น ปรากฏเป็น พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นเพื่อเคารพบูชาสิ่งที่มองไม่เห็น (ชนัญ วังษ์วิภาค, 2546 : 57)

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะ และสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ในหลายพื้นที่ของจังหวัด รวมถึงพิพิธภัณฑสถาน วัดวาอาราม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ (พิพิธภัณฑสถานสิรินธร, 2559 : ออนไลน์) ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ ในปี 2561 จังหวัดกาฬสินธุ์ได้กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยวของจังหวัด ด้วยการนำเสนอมุมมองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แนวคิด “ทุกสิ่งสร้างสรรค์ ณ กาฬสินธุ์” มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยใช้วิธีการต้อนรับอย่างอบอุ่น มีน้ำใจ พร้อมเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีการร่วมมือของทุกภาคส่วน ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ซึ่งภายหลังการดำเนินงานมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 23,238 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2562 : 8 )

ผู้วิจัยสนใจที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ คือ วัดถือเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก เมื่อสังคมประสบกับปัญหาและวิกฤติการณ์ ผู้คนเริ่มหันมาพึ่งพาพุทธศาสนาเป็นที่พึ่งทางจิตใจและเสาะแสวงหาการปฏิบัติธรรมเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งระยะ 2-3 ปี ที่ผ่านมา ปริมาณผู้คนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้หันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น โดยตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีขนาดใหญ่ขึ้นเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ โดยตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของโลกมีมูลค่ารวมกว่า 9 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559 : 215) ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับวัด นอกจากการไปไหว้พระ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเที่ยวชมความสวยงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมของวัด ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม และนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพ และความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งแนวโน้มในระยะ 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2563-พ.ศ.2573) นักท่องเที่ยวที่ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ และนำแนวทางที่ได้ไปสู่การพัฒนาให้ดีขึ้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปพัฒนา และอนุรักษ์ความวัฒนธรรมให้อยู่คู่กับสังคมต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 761,645 คน (สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์, 2563 : 22)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 761,645 คน ผู้วิจัยหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (1973 : 727) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีบังเอิญ (Accidentals sampling) จากประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน โดยแบ่งสัดส่วนเป็นเพศชาย 200 คน เพศหญิง 200 คน กระจายไป 5 วัดที่เป็นพื้นที่วิจัยในการเก็บข้อมูล ได้แก่ วัดกลางพระอารามหลวง วัดอินทรประทานพร วัดวังคำ วัดพุทธาวาสกุสุมังค์ วัดพุทธนิมิต วัดละ 80 คน

### 2. เครื่องมือการวิจัยและการหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

#### 2.1 เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัย ด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้ ลักษณะของเครื่องมือแบบสอบถาม มีลักษณะปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้ **ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม **ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การวัด 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด จำนวน 31 ข้อ **ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับที่ใช้วัดระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การวัด 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึง

มากที่สุด 4 หมายถึงมาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด จำนวน 21 ข้อ  
ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

## 2.2 การหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

การหาประสิทธิภาพเครื่องมือวิจัยมีขั้นตอนดังนี้ นำแบบสอบถามเสนอ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน  
เพื่อพิจารณาตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา การวัดผลประเมินผล และภาษา โดยหาค่าความ  
สอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการหาค่า IOC (Index – Objective ConGruence  
) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2539 : 249) โดยการนำแบบสอบถามแต่ละข้อที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.66  
ขึ้นไป ไปใช้ทดลอง (Try Out) กับประชาชนที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์  
ได้แก่ วัดธรรมพิทักษ์ วัดสว่างหัวนาคำ จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และหาความ  
เชื่อมั่นจากนั้นนำไปหาค่า ความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์  
แอลฟา ตามวิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .922

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1. ผู้วิจัยทำการขอหนังสือขออนุญาต  
เก็บข้อมูลถึงเจ้าอาวาสวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 5 วัด ได้แก่ วัดกลางพระอารามหลวง  
วัดอินทรประทานพร วัดวังคำ วัดพุทธาวาสกุสินทร์ วัดพุทธนิมิต เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล  
แจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ โดยการแจกจ่ายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่เป็น  
นักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน 2.ทำการเก็บแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ  
เรียบร้อยแล้ว 3. ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์  
สำเร็จรูป

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้  
วิเคราะห์ข้อมูลมี ดังนี้ หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไป  
วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้  
สถิติพรรณนา ( Descriptive Statistics ) 1) ใช้สถิติวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายข้อมูล ระดับปัจจัยที่ส่งผลและระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิง  
วัฒนธรรม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้เทคนิคในการ  
คำนวณความกว้างของชั้นของข้อมูลที่มีค่าต่อเนื่อง (Continuous Variable) โดยสามารถแปลความหมาย  
ของระดับความสำคัญของคะแนน ได้ดังนี้

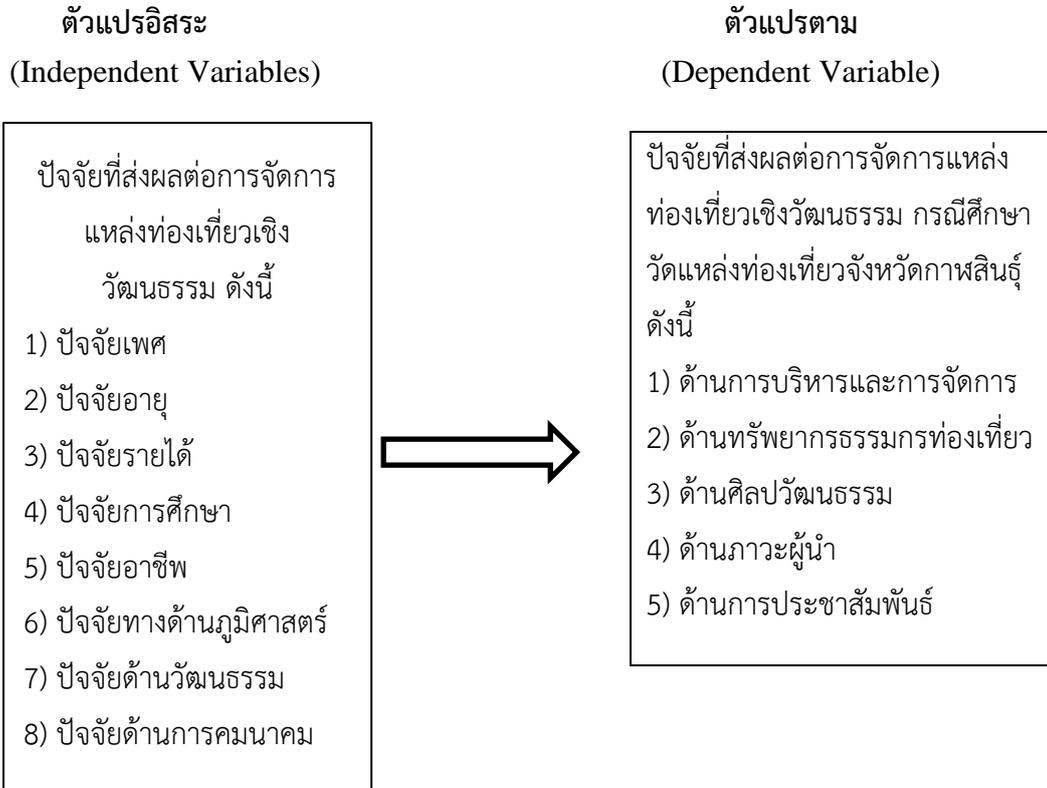
$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

คะแนนเฉลี่ย	4.21–5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41–4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61–3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81–2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00–1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

**สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) 2)** การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ปัจจัยเพศ ปัจจัยอายุ ปัจจัยรายได้ ปัจจัยการศึกษา ปัจจัยอาชีพ ปัจจัยทาง ด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านคมนาคม ตามแนวคิดของวรรณ วรชวานิช (2539 : 29-31) และศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 57-59) และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านภาวะผู้นำ และด้านการประชาสัมพันธ์ มาจากแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 7-9) จึงได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวนเท่ากัน คือ เพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง อายุ 15 - 25 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ/ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 1 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ปัจจัยเพศ	3.61	0.87	มาก
2. ปัจจัยอายุ	3.82	0.72	มาก
3. ปัจจัยด้านรายได้	3.61	0.82	มาก
4. ปัจจัยด้านการศึกษา	3.62	0.85	มาก
5. ปัจจัยด้านอาชีพ	3.52	0.72	มาก
6. ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์	3.88	0.65	มาก
7. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	3.90	0.68	มาก
8. ปัจจัยด้านการคมนาคม	3.66	0.77	มาก
รวม	3.70	0.45	มาก

ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.90$ ; S.D. = 0.68) รองลงมาคือปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ( $\bar{X} = 3.88$ ; S.D. = 0.65) ปัจจัยอายุ ( $\bar{X} = 3.82$ ; S.D. = 0.72) ปัจจัยด้านการคมนาคม ( $\bar{X} = 3.66$ ; S.D. = 0.77) ปัจจัยด้านการศึกษา ( $\bar{X} = 3.62$ ; S.D. = 0.85) ปัจจัยเพศ ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านรายได้ ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.82) และปัจจัยด้านอาชีพ ( $\bar{X} = 3.52$ ; S.D. = 0.72)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่งท่องเที่ยวใน  
 จังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 2 แสดงระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์  
 โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปล ผล
1. ด้านการบริหารและการจัดการ	3.62	0.69	มาก
2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.75	0.64	มาก
3. ด้านศิลปวัฒนธรรม	3.95	0.66	มาก
4. ด้านภาวะผู้นำ	3.36	0.76	ปานกลาง
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.38	0.85	ปานกลาง
รวม	3.61	0.52	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัด  
 กาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก  
 จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านศิลปวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.95$ ; S.D. = 0.66) รองลงมาคือด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.75$ ; S.D. = 0.64) ด้านการบริหารและการจัดการ  
 ( $\bar{X} = 3.62$ ; S.D. = 0.69) อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.38$ ; S.D. = 0.58) และด้านภาวะผู้นำ ( $\bar{X} = 3.36$ ; S.D. = 0.76)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัด  
 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดแหล่ง  
 ท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย เรียงลำดับการเข้าสู่สมการตามความสัมพันธ์ คือ  
 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (X7) ปัจจัยด้านการคมนาคม (X8) และตัวแปรตัวสุดท้ายที่เข้าสู่สมการที่ดีที่สุดของ  
 การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ (X3) สามารถร่วมกันอธิบายตัวแปรตาม คือ การจัดการการ  
 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ร้อยละ 28.70 มีค่า  $R^2 = .287$  ได้อย่าง  
 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha .01$  สามารถเขียนสมการถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังต่อไปนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ } Y = 1.654 + .230X7 + .206X8 + .086X3$$

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน } Zr = .300X7 + .033X8 + .135X3$$

โดยแสดงเป็นตารางได้ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3** ค่าอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตัวแปร	Regression Coefficient					
	B	beta	B	beta	t	Sig
ปัจจัยด้านเพศ (x1)	.017	.029	-	-	-	-
ปัจจัยด้านอายุ (x2)	.008	.011	-	-	-	-
ปัจจัยด้านรายได้ (x3)	.063	.063	.086(3)	.135	2.976	.003*
ปัจจัยด้านการศึกษา (x4)	.016	.026	-	-	-	-
ปัจจัยด้านอาชีพ (x5)	.046	.064	-	-	-	-
ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ (x6)	.040	.051	-	-	-	-
ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (x7)	.206	.267	.230(1)	.300	6.571	.000*
ปัจจัยด้านการคมนาคม (x8)	.186	.276	.206(2)	.033	.305	.000*
ค่าคงที่ (Constant)	1.450		1.654			
Multiple R	.543		.536			
R <sup>2</sup>	.295		.287			
Adjusted R <sup>2</sup>	.295		.016			
R <sup>2</sup> Change	1.450		.016			
F	20.473		53.190			

หมายเหตุ. (n = 400) \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 4. ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ควรปรับภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม สะอาด เรียบร้อย อยู่เสมอ ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ หวงแหนทรัพยากรทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการดูแลธรรมชาติในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควรมีการดูแลในเรื่องไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขา
2. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ทางด้านวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่มาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การนำการแต่งการที่เป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น เป็นต้น ควรมีการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ควรมีการ

ส่งเสริม อนุรักษ์ วัฒนธรรม ประเพณีเฉพาะถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป และควรมีการส่งเสริมให้มีการประยุกต์ วัฒนธรรมท้องถิ่นที่อยู่แล้ว ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยด้านการคมนาคม ควรมีระบบการคมนาคมขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มากยิ่งขึ้น ควรมีลานจอดรถที่พอเพียงต่อนักท่องเที่ยว มีการอำนวยความสะดวกและจัดระเบียบ ปลอดภัย ควรมีการอำนวยความสะดวกและให้บริการด้านพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่าง สะดวก และควรมีป้ายบอกทางเป็นระยะและง่ายต่อการมองเห็น และควรมีการดูแลถนนเส้นทางเดินทางสู่ แหล่งท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัด กาฬสินธุ์ ดังนี้

1. ด้านการบริหารและการจัดการ ควรมีการจัดแหล่งให้ข้อมูล ความรู้แหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ตู้ ATM ห้องน้ำ สถานจอดรถร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ให้พอเพียงและ เหมาะสม ควรมีการจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นระเบียบและมีการควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสม และควรมีจัด ให้มีวิทยากรหรือมัคคุเทศน์ประจำแหล่งท่องเที่ยว

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรมีการจัดหรือส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น ควรมีการบริหารจัดการทรัพยากรให้เหมาะสม และควรมีการนำเอาทรัพยากรต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนท้องถิ่น ออกมานำเสนอให้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านภาวะผู้นำ ควรมีการวางแผน บริหารจัดการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาวและยั่งยืน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ควรให้ประชาชน ชุมชน ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นและควรมีวิสัยทัศน์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ Social เพื่อการเข้าถึงข้อมูล ของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์และเป็นທີ່จดจำของผู้คน ควรมี การบูรณาการร่วมกับจังหวัดเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นควรใช้ช่องทางที่ หลากหลายในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ควรจัดให้มีแหล่งข้อมูลกลางของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น และควรมีจัดให้มีทีมในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

## อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญสามารถอภิปรายผลดังนี้

1. **ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวใน จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า** ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไป น้อย คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม รองลงมาคือปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยอายุ ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัย

ด้านการศึกษา ปัจจัยเพศ ปัจจัยด้านรายได้ และปัจจัยด้านอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก อาจเป็นเพราะประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งตรงกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ทางด้านวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ มาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การนำการแต่งการที่เป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น เป็นต้น สอดคล้องกับ McIntosh R.W. & Gupta S. (1980 : 43) ที่กล่าวถึง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยหนึ่งในมูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวต้องการมาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวก็คือ มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่นนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544 : 34) ที่กล่าวถึงวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันคือ มีความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป และความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการ ศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ รองลงมาอีกสามอันดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยอายุ ปัจจัยด้านการคมนาคม อาจเป็นเพราะประชาชนหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามอาจเห็นว่า สภาพภูมิทัศน์ สถาปัตยกรรม ทรัพยากรธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวอายุของนักท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวอันมีผลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศร์ พิษณุพันธ์เดชา (2561 : 1-2) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกง ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพุทธสถานที่ฮ่องกงมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจสูงสุดคือ แรงจูงใจทางกายภาพ รองลงมาคือ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง และแรงจูงใจระหว่างบุคคลตามลำดับ

**2. ระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์** ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการบริหารและการจัดการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศิลปวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญต่อการเลือกเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เช่น การมีศิลปวัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม มีความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ที่สืบค้นได้ ผสมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของสถานที่นั้นๆ ที่มีความอุดมสมบูรณ์

การอนุรักษ์ รักษาต้นทุนทางทรัพยากรต่างๆ ให้คงอยู่และดีขึ้น และมีการบริหารจัดการที่ดีคือ แหล่งท่องเที่ยว มีการวางแผน/การกำหนดขอบเขตการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม มีการให้ความรู้และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว และมีบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการของ วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ และคณะ ( 2559 : 93) กล่าวถึง การจัดการว่าเป็นการจัดแผนงานที่เหมือนกันไว้ในหมวดเดียวกันและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เช่น การท่องเที่ยวต้องบริหารจัดการเพื่อรองรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 6-7) กล่าวถึง องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resources) ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวหรือเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจึงต้องสามารถจูงใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้นั้น ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ต้องอาศัยต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรม ผนวกกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วนำมา บริหารและจัดการให้เกิดความเหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด

ทั้งนี้ระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ อันได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านภาวะผู้นำ ค่าเฉลี่ยยังอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ยังมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอ และไม่หลากหลายช่องทาง ทำให้การสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางส่วนยังเข้าไม่ถึงวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบกับข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างนั้นได้เสนอไว้ว่า ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ Social เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวอย่างสะดวกรวดเร็ว ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับของผู้คน ควรมีการบูรณาการร่วมกับจังหวัดเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ใช้ช่องทางที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์และต่อเนื่องนั้น แสดงให้เห็นว่าควรจะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการดึงดูดและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุไร มากคณา (2564 : 23) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บุคคลภายนอกองค์กรได้รับรู้ในภาพลักษณ์ที่ดีและเข้าใจองค์กรมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ พิมลสินธ์ (2540 : 85) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความจำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีร่วมกัน สามารถใช้ในการบริหารงานให้กิจการดำเนินการไปด้วยดี อันได้แก่ ส่งเสริมหรือก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี การแก้ไข ป้องกัน รักษาชื่อเสียงขององค์กร การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกัน และเกิดความร่วมมือในองค์กร การสร้างความเชื่อมั่น ศรีธธาให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และการส่งเสริมการขาย และการตลาดแก่ธุรกิจ โดยการบริหารจัดการซึ่งต้องอาศัยผู้นำที่มีทักษะ ประสบการณ์ มีการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างการบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน สามารถสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมจากชุมชนได้นั้น จะยังเป็นผลดีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้น

หากวัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการบริหารจัดการพัฒนาวางแผน ประเมินสิ่งแวดล้อมและพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น หลากหลายและต่อเนื่อง จะเป็นผลให้วัดแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ นั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นต่อไปอย่างยั่งยืน

**3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05** ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย เรียงลำดับการเข้าสู่สมการตามความสัมพันธ์ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านการคมนาคม และตัวแปรตัวสุดท้ายที่เข้าสู่สมการที่ดีที่สุดของการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ สามารถรวมกันอธิบายตัวแปรตาม คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ร้อยละ 28.70 มีค่า  $R^2 = .287$  ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha .05$  เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านภาวะผู้นำ ด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม การสืบสานประเพณี การอนุรักษ์ความงดงามของวัฒนธรรม รวมทั้งสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดกาฬสินธุ์นั้น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งผลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประชาชนหรือนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรธนา วงษ์วานิช (2539 : 29-31) ได้กล่าวถึง ปัจจัยวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งปัจจัยทางวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งมนุษย์สร้างขึ้นเป็นมรดกตกทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อุบิสัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบการดำรงชีวิตในสังคมซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป ทั้งด้านประวัติศาสตร์ที่เป็นแหล่งอารยธรรมที่ปรากฏตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมเป็นการแสดงถึงรูปแบบของการดำเนินชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคมซึ่งจะมีความแตกต่างกันและมีเอกลักษณ์ต่างกันไปเป็นสิ่งที่สืบทอดต่อกันมาขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่แตกต่างเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเพณีและวัฒนธรรมเฉพาะอย่างหรือแม้แต่การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น การประกอบอาชีพของประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะการประกอบอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อนหรือการผลิตสินค้าที่แตกต่างไปจากบริเวณอื่นหรือการประกอบอาชีพ ที่มีขึ้นเฉพาะบริเวณใดบริเวณหนึ่งเท่านั้น

2. ปัจจัยด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านภาวะผู้นำ ด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ประกอบกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีระบบการคมนาคมขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ควรมีลานจอดรถที่พอเพียงต่อนักท่องเที่ยว มีการอำนวยความสะดวกและจัดระเบียบ ปลอดภัย ควรมีการอำนวยความสะดวกและให้บริการด้านพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวก และควรมีป้ายบอกทางเป็นระยะและง่ายต่อการมองเห็น สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สถานที่ท่องเที่ยวควรตระหนักเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรณา วงษ์วานิช (2539 : 124-126) ที่กล่าวถึง การท่องเที่ยวและการคมนาคมว่าเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันหลายประการ เช่น การคมนาคมขนส่งนั้นจะพัฒนาไปพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยว ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งกระตุ้นให้มีการพัฒนาการคมนาคมให้เจริญก้าวหน้า การคมนาคมทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้ตามที่ตั้งใจไว้ การคมนาคมมีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจ้างงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญทำให้เกิดการค้นพบแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ อารยา อินคชสาร (2554 : 18) ได้กล่าวถึง การคมนาคม ก็คือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งลักษณะของการคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางจะต้องปลอดภัย สะดวก รวดเร็ว และมีมาตรฐาน สอดคล้องกับ สำรวย เมฆวรรุฒิ (2550 : 56) ที่กล่าวถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านรายได้ ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านภาวะผู้นำ ด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งปัจจัยรายได้เป็นตัวแปรตัวสุดท้ายที่เข้าสู่สมการที่ดีที่สุดของการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านรายได้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดที่ทำให้บุคคลเลือกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกัน และรายได้มีผลต่อเป้าหมาย มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเป็นที่เข้าใจกันดีอยู่แล้วว่ารายได้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อการดำรงชีวิต การวางแผนชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 57-59) ที่กล่าวถึง รายได้ไว้ว่า รายได้จะกลายเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าหรือบริการ ในความเป็นจริงนั้น การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอาจมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพการศึกษา รสนิยมส่วนตัว เป็นต้น นักการตลาดส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้านรายไ้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ อุดล จตุรงค์กุล (2543 : 38-39) ที่กล่าวถึงการศึกษาและรายได้ไว้ว่า แนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคลจะมีอำนาจต่ออำนาจการซื้อ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ควรส่งเสริมสนับสนุนการนำวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นมานำเสนอ ประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดีอยู่แล้ว ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจยิ่งขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

1.2 ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยววัด ตระหนักถึงการอนุรักษ์รักษา ช่วยดูแลสอดส่องทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและ ความสวยงามของภูมิทัศน์อย่างยั่งยืน

1.3 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยววัด เพื่อเป็นการกระจายรายได้ ความรับผิดชอบ และเกิดความหวงแหนต่อแหล่งท่องเที่ยวอันจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนและเป็นจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยววัด

1.4 ควรมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เช่น ตู้ ATM ห้องน้ำ สถานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

1.5 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือสร้างแลนด์มาร์ค ที่ใกล้เคียงกันเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกดึงดูดนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมา

1.6 ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เช่น การใช้เทคโนโลยี, สื่อ Social ต่างๆให้มีการเข้าถึงนักท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็ว น่าสนใจ และต่อเนื่องอยู่เสมอ

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นวัดส่วนหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นควรทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ

2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อจะเป็นข้อมูลในการพัฒนาและเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2546). *การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: เพลสแอนด์ดีไซด์จำกัด.
- ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: วิทยาลัยนวัตกรรม.
- พรทิพย์ พิมลสินธ์. (2540). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: ปรกาศพุก.
- พิพิธภณฑ์สิรินธร. (2559). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2564. แหล่งที่มา: <http://www.sdm.dmr.go.th/website/index.php>
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2539). *เทคนิควิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วไลลักษณ์ น้อยพยัค. (2559). *นวัตกรรมการท่องเที่ยว*. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดใหม่: Marketing management (ฉบับปรับปรุงปี 2552)*. กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business world.
- สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2561-2565 (ทบทวนแผนปี 2563)*. กาฬสินธุ์.
- สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2559). *โครงการทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอพีนิตี้ จำกัด.
- สำรวย เมฆวรารุฒิ. (2550). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน*. กรุงเทพมหานคร.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์. (2562). *แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์*. กาฬสินธุ์.
- อดุล จตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารยา อ้นชชสาร. (2554). *การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางภูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อุไร มากคณา. (2564). *ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564. แหล่งที่มา: <http://maewmakkana.blogspot.com/2011/02/blog-post.html>

- อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- McIntosh R. W., & Gupta, S. (1980). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. Columbus, OH: Grid.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Haper and Row.