

แนวทางการหนุนเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในเขตเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์

Guidelines for Promoting Cultural Identity to Promote Cultural Tourism
in Pak Nam Pho District, Nakhon Sawan Province

กฤษณะ ดาราเรือง¹

Kritsana Dararuang

Received: December 12, 2024

Revised: March 12, 2025

Accepted: March 25, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ และ 2) ศึกษาแนวทางในการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองปากน้ำโพผ่านพฤติกรรมและมุมมองของนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวในเขตเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความตรง ระหว่าง 0.80-1.00 และค่าความเที่ยง เท่ากับ .970 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ โดยเป็นการท่องเที่ยวแบบมาเช้าเย็นกลับมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง 2) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูงสุด คือ ประเพณีตรุษจีน รองลงมาคือ อาหารอร่อย พื้นถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอิน วัด ศาลเจ้า ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ตามลำดับ 3) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย การพัฒนารูปแบบกิจกรรมในงานประเพณีที่สร้างประสบการณ์แก่

¹ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา; Chaopraya University

นักท่องเที่ยว ความสะดวกในการจอดรถ การพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมรวมถึงจุดบริการ
ณ สถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอินที่มีมาตรฐาน การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว และการ
พัฒนาสินค้าของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ของเมืองปากน้ำโพหรือของฝากจากนครสวรรค์

คำสำคัญ: การหมุนเสริม, อัตลักษณ์, วัฒนธรรม, การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study tourists' interest in cultural tourism products and services in Pak Nam Pho, Nakhon Sawan Province; and 2) to explore guidelines for applying cultural identity to the development of cultural tourism products and services in Pak Nam Pho through tourists' behavior and perspectives. This was the quantitative research. The sample consisted of 385 tourists in Pak Nam Pho city, Nakhon Sawan province, using accidental sampling. The research instrument was a five-point rating scale questionnaire with a validity between 0.80 and 1.00 and a reliability of .970. Data analysis included mean, standard deviations, and content analysis. The research results found that 1) most tourists had visited Pak Nam Pho, Nakhon Sawan Province, on a day trip, spending less than 5,000 baht per trip on goods and services; 2) tourists were most interested in cultural tourism products and services, namely Chinese New Year traditions, followed by delicious local food, tourist attractions, check-in points, temples, shrines, souvenirs, and local woven fabrics, respectively; 3) tourists expressed their opinions on developing cultural tourism products and services, including developing activities at traditional events that created experiences for tourists, providing convenient parking, developing landscapes and the environment, including standardized service points at tourist attractions and check-in points, promoting tourist routes, and developing souvenir products that represented the identity of Pak Nam Pho or Nakhon Sawan.

Keywords: promotion, identity, culture, cultural tourism

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยในแผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) มีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเด็นที่ 5 คือการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกโดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพโดยยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 แผนย่อย ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย 4) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ 6) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว ทั้งนี้ กรมการท่องเที่ยว (2566) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้า บริการ และกิจกรรมเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งเมืองท่องเที่ยวหลัก เมืองท่องเที่ยวรอง และชุมชน ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งสินค้า บริการ และกิจกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม และผู้คน เพื่อให้คนได้เรียนรู้และสัมผัสกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น สร้างความรู้ความเข้าใจและที่สำคัญคือการเห็นคุณค่าของ เอกลักษณ์และความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม และผู้คนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยยังถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย และต่อ

มุมมองการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมให้สืบทอดคงอยู่ในสังคมไทย (จิตาวิร์ สุขคร, 2562) การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นประเด็นที่วงวิชาการด้านมานุษยวิทยาและสังคมวิทยาตลอดจนวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจในการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย ประเด็นทุนทางวัฒนธรรม สินค้าทางวัฒนธรรม การสร้างวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในมิติทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวซึ่งกำลังอยู่ในกระแสนิยม พร้อมกับการทำความเข้าใจ การทำความเข้าใจความหมายและประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข, 2563) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจในท้องถิ่น และเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังสามารถมีบทบาทในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน ตลอดจนการสร้างสรรคและต่อยอดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Richa & Naithani, B. P., 2024)

สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเป็นเป้าหมายของประเทศในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามที่รัฐบาลประกาศนโยบายสนับสนุน Soft Power และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกเพื่อผลักดันให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) ทั้งนี้ UNESCO ได้กำหนดนิยามของสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม คือ สินค้าอุปโภคบริโภคที่เผยแพร่แนวคิด สัญลักษณ์ และวิถีชีวิต สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นการนำเสนอข้อมูลรวมถึงความบันเทิงซึ่งสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ Vahid, M. & Salimi, H. (2004) อธิบายว่า สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม คือ การนำความคิด ภูมิปัญญา วิถีวัฒนธรรม ของผู้ให้บริการโดยนำเสนอออกมาในรูปแบบของสินค้าหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบแก่ผู้บริโภค ซึ่งสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากผู้คนในพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว

ปากน้ำโพ เป็นชุมชนที่อยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางน้ำซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย อันเกิดจากแม่น้ำปิงซึ่งบรรจบกับแม่น้ำน่าน (แควใหญ่) ที่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในอดีตเป็นที่รู้จักกันในนามเมืองนครพิงค์ เมืองขอนแก่น เมืองปากน้ำโพ เมืองสี่แคว ซึ่งในอดีตเคยเป็นศูนย์รวมทางการค้าทางน้ำจากการที่มีชาวจีนหลั่งไหลเข้ามาขายแรงงาน และประกอบการค้าต่าง ๆ ในจังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น และจากการ

ขยายตัวของการคมนาคมทางรางจึงมีการปรับเปลี่ยนศูนย์กลางการค้าจากฝั่งตะวันตก คือ ฝั่งแม่น้ำน่าน มาเป็นฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา หรือเป็นที่รู้จักกันในปัจจุบันคือ “ตลาดปากน้ำโพ” ซึ่งในปี พ.ศ. 2447 มีจำนวนชาวจีนในจังหวัดนครสวรรค์ประมาณ 6,000 คน ในขณะที่ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) มีจำนวนชาวจีน ประมาณ 10,000 คน จำนวนคนจีนในมณฑลนครสวรรค์จึงจัดว่าอยู่ในอันดับ 3 รองมาจากกรุงเทพมหานครและภูเก็ต โดยส่วนใหญ่เป็นชาวจีนแต้จิ๋ว รองลงมาคือจีนไหหลำ แคะ และกวางตุ้ง (จรรยา เหลียวตระกูล และคณะ, 2559) ทั้งนี้ ในปัจจุบันจากการสืบสานวิถีประเพณีวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน ตลอดจนลักษณะของความเป็นพุทธสังคมในการอยู่ร่วมกันของผู้คนในสังคมเมืองปากน้ำโพจึงมีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ เช่น ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพในช่วงตรุษจีน ศิลปะการแสดงทั้งการแห่มังกร การเชิดสิงโต 5 ชาติพันธุ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น อาคารสัญลักษณ์ต้นแม่น้ำเจ้าพระยา (อาคารพาสาน) ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ศาลเจ้าหน้าผา วัดนครสวรรค์ วัดคีรีวงศ์บนยอดเขาตาวดิงส์ และวัดวรนาทบรรพต (เขากบ) คลองฉนวนชวนรัก และอุทยานสวรรค์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีร้านอาหารอร่อยที่หลากหลาย และผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝากจากเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ เช่น ขนมเปียะนมสด ขนมโมจิ ลูกชิ้นปลากราย กุนเชียงหมู และกุนเชียงไก่ ซึ่งล้วนแต่เป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่

การเสริมสร้างศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นปัจจัยในการสร้างแรงดึงดูดหรือการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ให้มีศักยภาพที่สูง ตลอดจนการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนำมาซึ่งรายได้ของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์

2. ศึกษาแนวทางในการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองปากน้ำโพผ่านพฤติกรรมและมุมมองของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรของ Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970) จำนวน 385 คน โดยมีความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ซึ่งสามารถแทนจำนวนประชากรได้ 100,000 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scales) และแบบปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และตอนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยผ่านการตรวจสอบความตรง (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ระหว่าง 0.80-1.00 และการทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient; α) รวมทั้งฉบับเท่ากับ .970

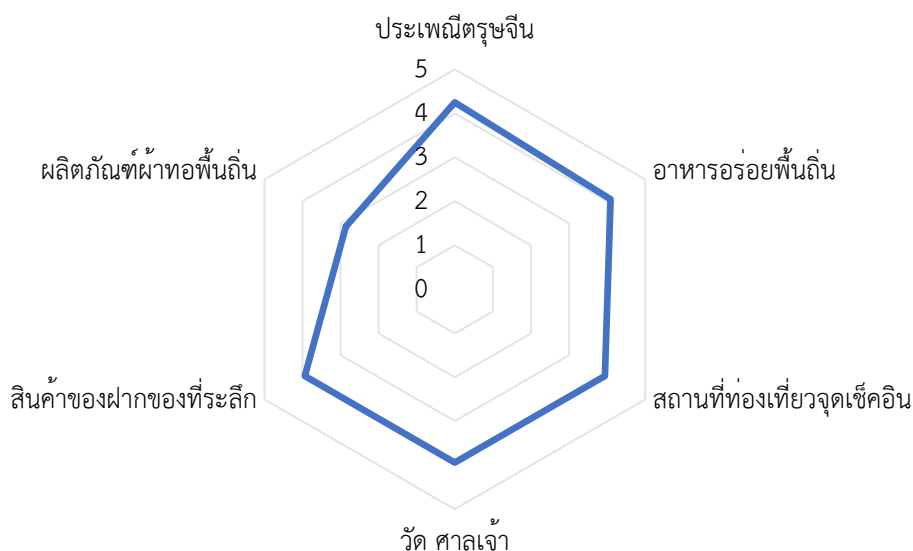
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.88 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.56 โดยมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.63 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000-20,000 บาท โดยส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวเมืองปากน้ำโพในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 98.13 และเป็นการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน หรือมาเช้า เย็น

กลับ โดยรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 45.00 ซึ่งการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.81

2. นักท่องเที่ยวมีความสนใจสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองปากน้ำโพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และเมื่อพิจารณาความสนใจสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจประเพณีตรุษจีน สูงสุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ อาหารอร่อยพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอิน วัด ศาลเจ้า และ ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันเท่ากับ 3.94 ส่วนความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 2.86 ตามลำดับ



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยความสนใจสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นตลอดจนข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองปากน้ำโพหรือในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ดังนี้

3.1 การพัฒนารูปแบบกิจกรรมในงานประเพณีที่สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าประเพณีตรุษจีนเมืองปากน้ำโพจังหวัดนครสวรรค์เป็นงานประเพณีที่มีความยิ่งใหญ่และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ดังนั้น การพัฒนากิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมและการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาจะเป็นการสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

3.2 ความสะดวกในการจอดรถ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าความสะดวกในการจอดรถในจุดท่องเที่ยวหรือการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร โดยเฉพาะถนนในเขตเทศบาลค่อนข้างหาที่จอดรถยากและมักจะมีการนำเครื่องกีดขวางมาวางไว้บริเวณหน้าร้านค้าต่าง ๆ จึงเป็นอุปสรรคและความไม่น่าประทับใจของนักท่องเที่ยวที่จะแวะซื้อสินค้าหรือใช้บริการ หากมีการพัฒนาหรือสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการร้านค้าหรือชุมชนเพื่อหาข้อตกลงร่วมกัน น่าจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ ในสถานที่จอดรถ ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรพัฒนาหรือจัดสรรพื้นที่จอดรถให้มีความเป็นระเบียบ ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินมากขึ้น

3.3 การพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมรวมถึงจุดบริการ ณ สถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอินที่มีมาตรฐาน นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวและจุดเช็คอินในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์มีหลายแห่งและมีความน่าสนใจแต่ส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนาด้านภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมโดยรอบให้มีความร่มรื่นน่าพักผ่อน และการบริการที่มีมาตรฐาน เช่น ห้องสุขา จุดบริการประชาสัมพันธ์ข้อมูล รวมถึงสถานที่จอดรถ

3.4 การประชาสัมพันธ์เส้นทาง (Route) การท่องเที่ยวในเขตเมือง นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์มีแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทางวัฒนธรรมหลายแห่งที่สามารถเที่ยวได้ทั้งวันทั้งในส่วนของตลาดเช้า วัด ศาลเจ้า จุดถ่ายภาพ ร้านอาหาร ร้านของฝาก หลายแห่งและกระจายอยู่ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งหากมีการพัฒนาป้ายแสดง Route ในเขตเมืองโดยเป็นป้ายให้นักท่องเที่ยวสามารถตามรอยแหล่งท่องเที่ยว หรือเดินทางตามป้ายแนะนำจะสามารถสร้างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความน่าสนใจในการเดินทางมากยิ่งขึ้น

3.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ของเมืองปากน้ำโพหรือของฝากจากนครสวรรค์ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า เมืองปากน้ำโพมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนในการเป็นเมืองการค้าในอดีตที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเฉพาะชุมชนชาวจีนที่สะท้อนออกมาจากงานประเพณี อาหาร วิธีการค้า ดังนั้น หากมีการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของฝากที่หลากหลายและสะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองปากน้ำโพหรือจังหวัดนครสวรรค์และสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้ให้กับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวเมืองปากน้ำโพ เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยท่องเที่ยวแบบมาเช้า-เย็นกลับ โดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งจากผลของการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าเมืองปากน้ำโพ เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือการใช้บริการซ้ำเป็นการแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งจากผลการวิจัยที่พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบมาเช้า เย็นกลับ และมีการใช้จ่ายต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง ดังนั้น จึงเป็นโจทย์ที่ท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้นโดยมีการนอนพักค้างคืนซึ่งจะทำให้มีการใช้จ่ายในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของอัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน (2563) ที่ศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวแล้วและกลับมาเที่ยวซ้ำ มีแผนการเดินทางช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ซึ่งเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลกับครอบครัว และเป็นการท่องเที่ยวแบบเช้า เย็นกลับ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่ำกว่า 500 บาท โดยมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นการไหว้พระทำบุญ มีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะ และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งงานวิจัยของพูนทรัพย์ เศษศรี, ขวลิย์ ณ ถลาง, เสรี วงษ์มณฑา และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2566) ที่ศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรส่วนใหญ่มีการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ จังหวัดยโสธร ช่วงเวลาเสาร์ อาทิตย์ โดยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 3,000 บาท ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของจังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. นักท่องเที่ยวมีความสนใจสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเมืองปากน้ำโพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเพณีตรุษจีน อาหารอร่อยพื้นถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอิน วัดศาลเจ้า และผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ทั้งนี้อาจเกิดจากจังหวัดนครสวรรค์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปในการจัดงานประเพณีตรุษจีน โดยเป็นประเพณีและวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมากกว่า 100 ปี มีอัตลักษณ์ในพิธีแห่เจ้าที่มีกิจกรรมในขบวนแห่ เช่น องค์กรสมมติเจ้าแม่กวนอิม ขบวนแห่เจ้า

พ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ แห่งนคร ขบวนสิงโต 5 ซาติพันธุ์ ขบวนเอ็งกอ ขบวนล้อเกวี่ และศิลปะการรำ ถ้วย ซึ่งเป็นการสะท้อนความเชื่อ ความศรัทธา ผสมผสานวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยเชื้อสายจีนมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ยังมีสถานที่ทางวัฒนธรรมที่สำคัญเช่น ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ศาลเจ้าหน้าผา วัดนครสวรรค์ วัดศรีวงศ์ บรมยอดเขาดาวดึงส์ และวัดวรนาทบรรพต (เขากบ) เป็นต้น นอกจากนี้ จากการที่เมืองปากน้ำโพมีความโดดเด่นและขึ้นชื่อของอาหารอร่อยเนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน ดังนั้น จึงมีวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่น่าสนใจ เช่น อาหารกวางตุ้งที่มีความโดดเด่นในด้านการคงความสดของวัตถุดิบใช้เครื่องเทศน้อยวิธีปรุงที่นิยมคือการนึ่ง การตุ๋น โดยอาหารเมืองปากน้ำโพที่ขึ้นชื่อคือ บะหมี่เกี๊ยว ข้าวหน้าเป็ด ข้าวหมูแดง เป็ดย่าง นอกจากนี้ ในอดีตเมืองปากน้ำโพมีชาวไหหลำอาศัยอยู่จำนวนมาก ดังนั้น วัฒนธรรมด้านอาหารจึงสืบทอดมาถึงปัจจุบัน โดยอาหารที่โดดเด่นคือ ข้าวมันไก่ตอน พะตุนยาจีน ขนมจีนไหหลำ และขนมบัวเกี๊ยว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนา โภคินสกุล (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต พบว่า แรงจูงใจเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ การสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านอาหาร การแต่งกาย และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีความแปลกใหม่ มีคุณค่า สร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมประสบการณ์ เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา กิจกรรมเชิงวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น กิจกรรมเชิงอาหารพื้นถิ่น และกิจกรรมเชิงศิลปวัฒนธรรมประเพณีหรือเทศกาลต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมที่โดดเด่นของชาวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถพบได้เฉพาะในพื้นที่เท่านั้นโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง

3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองปากน้ำโพหรือในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ประกอบด้วย 1) การพัฒนารูปแบบกิจกรรมในงานประเพณีที่สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว 2) ความสะดวกในการจราจร 3) การพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมรวมถึงจุดบริการ ณ สถานที่ท่องเที่ยวจุดเช็คอินที่มีมาตรฐาน 4) การประชาสัมพันธ์เส้นทาง (Route) การท่องเที่ยวในเขตเมือง และ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ของเมืองปากน้ำโพหรือของฝากจากนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา โล่ห์สุวรรณ (2566) ที่ศึกษาวิจัยการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใจจังหวัดอ่างทอง พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอ่างทอง คือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่

ใกล้เคียง การจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การจัดหาของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้หลากหลาย และงานวิจัยของนลินทิพย์ พิมพ์กลัด และภรณ์ หลาวทอง (2561) ที่ศึกษาวิจัยศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ โดยพบว่า ประเด็นคุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ คือ การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของที่พักร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสาร สื่อออนไลน์/สารสนเทศทางการท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยของทัศนียา กิตติภาคย์พลุทธ์, ทัศธร ศรีสุข และอัศนีย์ ญ น่าน (2563) ที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง พบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นผ่านเว็บไซต์ มีราคาอาหารและที่พักที่เหมาะสม มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน การจัดภูมิทัศน์ที่เป็นระเบียบน่าสนใจ และมีศูนย์บริการข้อมูล และการบริการ Wi-Fi แก่นักท่องเที่ยว

องค์ความรู้ใหม่

จากผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านพฤติกรรม ความสนใจสินค้าและบริการ ตลอดจนมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย

1. ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ เทศกาลทางวัฒนธรรม (ตรุษจีน), อาหารท้องถิ่น และสถานที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนากิจกรรมและบริการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมุมมองและความสนใจของนักท่องเที่ยว คือ มรดกทางวัฒนธรรม ประเพณี โดยเฉพาะประเพณีตรุษจีนที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่และมี

ประวัติศาสตร์และองค์ความรู้ที่น่าสนใจสามารถต่อยอดการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและมีใช้จ่ายในพื้นที่มากขึ้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น สถานที่จอดรถ ภูมิทัศน์ และจุดบริการนักท่องเที่ยว สามารถช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

4. การสร้างแบรนด์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ควรกำหนดแผนการพัฒนาสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำสะอาด จุดบริการนักท่องเที่ยว การติดตั้งป้ายบอกทางเพื่อการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการสร้างแบรนด์ของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของเมืองปากน้ำโพเพื่อการสร้างการรับรู้และ

จดจำของนักท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นข้อมูลของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนากิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างความน่าสนใจและสร้างประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว เช่น การมีส่วนร่วมหรือการเรียนรู้ในศิลปะการแสดงในช่วงเทศกาลตรุษจีน การส่งเสริมตลาดวัฒนธรรมในช่วงกลางคืน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีการพักค้างคืนในพื้นที่มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2566). *แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dot.go.th/storage/กองพัฒนาบริการ/แนวทางปฏิบัติงาน>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *Soft Power ชูความเป็นไทยผ่านสินค้าและบริการวัฒนธรรม ทางเลือกนักธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/social/1008281>
- จรรยา เหลียวตระกูล และคณะ. (2559). การสืบทอดอัตลักษณ์ชาวไทยเชื้อสายจีนที่สะท้อนผ่านประเพณีตรุษจีนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ในรอบหนึ่งศตวรรษ. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 10(1), 11- 38.
- ชิดชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15(2), 1-20.
- ชิดาวิร์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 1(2), 1-7.
- ทัศนียา กิตติภาคย์ฤทธิ์, ชัดขจร ศรีสุข และอัศนีย์ ณ น่าน. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(3), 72-84.
- นลินทิพย์ พิมพ์กัลลัด และภรณี หลาวทอง. (2561). ศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 505-522.

- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. (2563). *ยล เยี่ยม เยือน เหย้า: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. พิษณุโลก : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พูนทรัพย์ เศษศรี, ขวลิย์ ณ กลาง, เสรี วงษ์มณฑา และสุพินันท์ พรหมสุวรรณ. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร. *วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 4(1), 56-73.
- วาสนา โล่ห์สุวรรณ. (2566). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอ่างทอง. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 17(3), 158-174.
- อัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 15(2), 13-27.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Richa & Naithani, B. P. (2024). A Review of Cultural Tourism. *Journal of advances and scholarly research in allied education*, 21(1), 45-50.
- Vahid, M. & Salimi, H. (2004). *Policy-making and culture in modern Iran*. Tehran : Baz Publication.