

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย

A Participatory Community-based Cultural Tourism Management Model in
Saphan Han, Chakrawat Samphan and the Development
of Small Entrepreneurs

จิระวดี เตียประพงษ์¹ ณัฐปภัสร ฤทธิวัฒนวานิช² และกิตติ ธารอุดมโชค³

Jirawadee Tiaprapong, Natprapas Ritwatthanavanich and Kitti Than-Udomchok

Received: March 09, 2025

Revised: May 15, 2025

Accepted: August 01, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ 2) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ 3) พัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ และ 4) สร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย วิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนสะพานหัน 13 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ และวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนสะพานหัน 305 คน คำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การจำแนกแบบพหุ ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนสะพานหัน มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย 2) ภายหลังอบรมเชิงปฏิบัติการ

¹⁻³ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์; Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Corresponding author, e-mail: Natprapas.rit@rmutr.ac.th, Tel. 095-8292996

สมาชิกชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) พฤติกรรมและความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ ปัจจัยทัศนคติและแรงจูงใจ ได้แก่ สถานที่ ราคา 4) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่ สำรวจตลาดทำความเข้าใจนักท่องเที่ยว วางแผนอย่างเป็นระบบ ร่วมสร้างประสบการณ์ เตรียมความพร้อมพัฒนาศักยภาพ นำไปสู่การปฏิบัติ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วม, การพัฒนาผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study the current situation and needs for participatory cultural tourism development in the Saphan Han, Chakkrawat Samphan community; 2) to study the behavior and satisfaction of tourists that influenced the management of cultural tourism within the Saphan Han Chakkrawat Samphan community; 3) to develop the community's capacity to manage cultural tourism within the Saphan Han Chakkrawat Samphan community; and 4) to create a model for participatory cultural tourism management in the Saphan Han Chakkrawat Samphan community and the development of small entrepreneurs. It was the mixed-methods approach, namely qualitative and quantitative research. Qualitative research involved in-depth interviews with 13 individuals related to the Saphan Han community, selected using purposive sampling. The research instrument was an interview. Quantitative research involved a sample of 305 tourists visiting the Saphan Han community, calculated using the G*Power program. The research instrument was a questionnaire. Statistical analyses included percentages, mean, standard deviations, and multiple discriminant analysis. The research findings revealed that 1) the Saphan Han community has developed in various aspects leading to cultural tourism and the development of small entrepreneurs; 2) following the workshops, community members and small entrepreneurs were able to apply the knowledge to benefit cultural tourism; 3) behavior and satisfaction influenced

cultural tourism management; personal factors included education level and occupation; and attitudinal and motivational factors included location and price; 4) the participatory cultural tourism management model of the Saphan Han community and the development of small entrepreneurs included market research, understanding tourists, systematic planning, collaborative experience creation, preparation, capacity building, and implementation.

Keywords: cultural tourism, participation, entrepreneurship development

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการหารายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดเป้าหมายสำคัญที่จะสนับสนุนและสร้างรายได้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันจะส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน การลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทยและมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง โดยมีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยโดยมุ่งเน้นการพัฒนาทั้งระบบที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการและยกระดับปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยตามข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (2567) ในช่วง 10 เดือนของปี 2567 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 29 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 88 สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้ประมาณ 1 ล้านล้านบาท ดังนั้นผู้ประกอบการทุกภาคส่วนในภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวควรที่จะแสวงหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงหรือพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสโดยการนำโอกาสและจุดแข็งของชุมชนมากำหนดแนวทางหลักโดยผลักดัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) อย่างเป็นรูปธรรมในทุกมิติของการดำเนินงานและการสื่อสาร นำเสนอสินค้าและบริการที่ชูเอกลักษณ์ของประเทศไทยแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ปรัชญากรณ์ ไชยคช, วัชรระ ชัยเขต และปณต ประคองทรัพย์, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหากดำเนินการและได้รับความนิยมก็จะสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและประเทศชาติ โดยอาศัยความร่วมมือของทุกคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในฐานะเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะต้องมีการเตรียมความพร้อมและมีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนต่อการ

จัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีรูปแบบที่มีความแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงผู้คนในท้องถิ่น โดยมีการจัดการทรัพยากร กำหนดทิศทาง และจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564)

ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่อยู่ใกล้พื้นที่ในคลองโง่งอ่างที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นถนนคนเดินที่มีความยาวประมาณ 2 กิโลเมตร มีการตกแต่งด้วยไฟประดับและถนนศิลปะที่มีความสวยงาม ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายย่อยที่ขายสินค้าในคลองโง่งอ่างและสำเพ็งเป็นจำนวนมาก เช่น ร้านค้าส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ที่พัก เป็นต้น สินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เช่น เครื่องประดับ งานฝีมือ และของตกแต่งบ้านจากร้านค้าต่าง ๆ ในย่านสำเพ็งและสะพานหิน รวมทั้งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศสวยงามและจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินชมถนนแห่งศิลปะ การลอยกระทง การไหว้พระจันทร์ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สนใจในวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการถ่ายภาพบนถนนแห่งศิลปะ ซึ่งผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคาดหวังว่า ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ เหมาะแก่การสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม หากมีการพัฒนาและอาศัยความร่วมมือจากสมาชิกชุมชนก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี (เทพพิทักษ์ นิลวรรณ, 2564)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาพื้นที่ไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยโดยสมาชิกในชุมชน ค้นหาความเป็นอัตลักษณ์ นำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสมตามความต้องการของชุมชน ให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การสร้างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นการสืบทอดต้นทุนทางวัฒนธรรมทั้งในด้านการดำรงชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

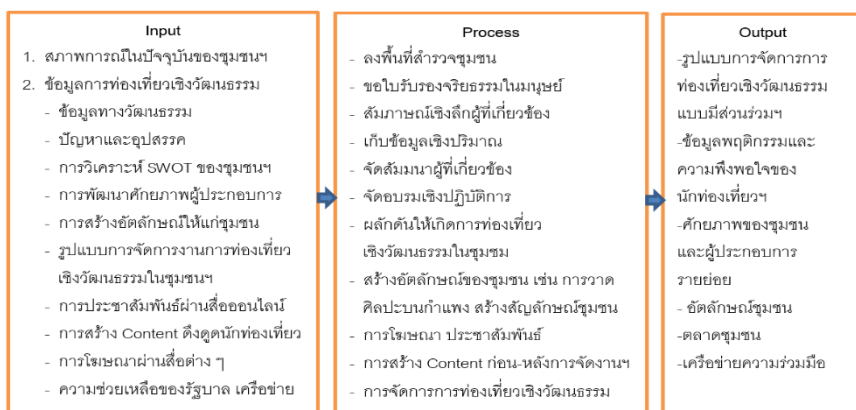
1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์
4. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบไปด้วย วิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีรายละเอียดตามกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยในภาพรวม

วิธีดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนการดำเนินการดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ค้นหาข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม ติดต่อประสานงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่สำรวจสภาพการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการดำเนินการวิจัย
2. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบ่งออกเป็น ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย หน่วยงานราชการ มหาวิทยาลัยเครือข่ายและเครือข่ายอื่น ๆ รวม 13 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และคัดเลือกให้ตรงตามวัตถุประสงค์วิจัย เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ก่อนสัมภาษณ์ทำการขอใบรับรองจริยธรรมในมนุษย์ รูปแบบคำถามเป็นการซักถามระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เจาะลึกคำตอบอย่างถี่ถ้วน เปิดโอกาสให้ผู้ถูก

สัมภาษณ์สามารถพูดคุยในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุม เมื่อได้รับข้อมูล ถอดเทปและสรุปประเด็นต่าง ๆ โดยหัวข้อที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความเป็นมา บริบทต่าง ๆ ที่สำคัญของชุมชน สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อน แนวทางการพัฒนาและผลักดันสมาชิกในชุมชน หรือผู้ประกอบการรายย่อยที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ ความต้องการการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ และนำมาเป็นข้อมูลในการสรุปผลการวิจัย

3. ระดมความคิดเห็น (Brainstorming) โดยรวบรวมผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บุคคลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 23 คน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนสะพานหินต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประเมินสภาพปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน สรุปออกมาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์รวมทั้งนำไปสู่การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จ โดยรวบรวมข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) มุ่งค้นหาข้อเท็จจริง หรืออธิบายสภาพการณ์ปัจจุบัน มีแนวทางแก้ไขปัญหายังไง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ หัวข้อการสัมภาษณ์ที่มีความเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและรวบรวมออกมาเป็นรายงานผลการสัมภาษณ์เพื่อนำไปสู่การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการตามความต้องการของชุมชน และ การผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์

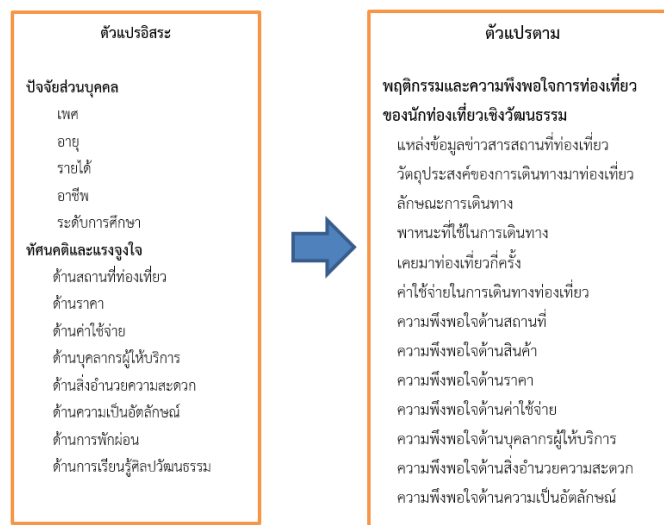
4. ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สร้างขึ้นจากการศึกษาตำรา เอกสาร แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลขอใบรับรองจริยธรรมในมนุษย์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญ (IOC) 3 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยมาท่องเที่ยวในย่านคลองโอ่งอ่างและชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ คำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ตามตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคลแบบ Ordinal เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้แก่ กลุ่มของสถิติ (Test Family) สถิติที่ใช้งาน (Statistics) มีการระบุ Type of Power Analysis และ การใส่ค่าพารามิเตอร์ (Input Parameters) ที่ประกอบไปด้วยค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ภายหลังการใส่ข้อมูลและทำการประมวลผลโปรแกรมได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 305 คน ข้อมูลในแบบสอบถามประกอบไปด้วยตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะคิด และแรงจูงใจ ใช้การแจกแจงความถี่หาค่าร้อยละ ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมและความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยวใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อวัดระดับช่วงมาตรา (Interval Scale) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การจำแนกแบบพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถแสดงสมมติฐานและกรอบแนวคิดในการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่สะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 (H2) : ทักษะและแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่สะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและนำพานักท่องเที่ยวจากดินแดนและชาติพันธุ์ที่ต่างกัันมาพบกัน ประกอบไปด้วย การค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลและรู้สึกชื่นชมในวัฒนธรรมนั้น การส่งเสริมให้ผู้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ และให้ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม กระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยาวนานและยั่งยืน (Collier, A. & Harraway, S., 1997) มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ การเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยว (Accessibility) นอกจากนี้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพจำเป็นจะต้องทำการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค เพื่อนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวที่มีการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าไม่ได้เป็นเพียงแค่การให้บริการ แต่ยังเป็นการสร้างความทรงจำและความพึงพอใจในการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัวของการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ จนเกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมและความทรงจำมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในอนาคตในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการตัดสินใจบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวอื่น ๆ (Otto, J.E. & Ritchie, J., 1996)

แรงจูงใจ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงผลักดันที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาความบันเทิง การผจญภัย ในขณะที่แรงดึงดูดเป็นปัจจัยที่มาจากแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าสนใจ มีส่วนกระตุ้นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมและความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น ราคาสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (พิชารัตน์ สุขะนิษฐ์, 2563)

การรวบรวมข้อมูล

1. วิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลการลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจพื้นที่เป้าหมาย ณ ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ และข้อมูลการสัมภาษณ์ร่วมกัน เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค ความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำข้อมูลที่ได้รับ ทำการถอดเทปและสรุปประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรมมาบูรณาการร่วมกันเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย

2. วิจัยเชิงปริมาณ ภายหลังการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเสร็จสิ้น นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การจำแนกแบบพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยมีการกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่มีการกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แล้วนำผลที่ได้มาทำการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

3. ภายหลังจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ให้แก่สมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยในเรื่องที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพและการสร้างเนื้อหาผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งการคิดต้นทุนทางบัญชี หลังจากนั้นนำความรู้ที่ได้รับมาจัดกิจกรรมตามแนวทางการสร้างและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดทำตลาดชุมชน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ชุมชน และการคิดต้นทุนทางบัญชีสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการณ์ปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ จากการสำรวจพื้นที่ พบว่า ชุมชนสะพานหินมีศักยภาพด้านวัฒนธรรมและสถานที่เก่าแก่ที่น่าสนใจ สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ จุดแข็งคือความงดงามทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น จุดอ่อนคือความร่วมมือของคนในชุมชนยังมีน้อยในด้านโอกาส ปัจจุบันมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบแต่ยังมีอุปสรรคจากการสนับสนุนของภาครัฐที่ยังไม่ชัดเจน และการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้จากการสำรวจชุมชนยังขาดทักษะที่จำเป็นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยหลายรายยังพบปัญหาในเรื่องของการขายออนไลน์ การสร้างรูปแบบในสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน จึงควรมีการอบรมและพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนและผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์โดยการผลักดันและทำให้เกิดการพัฒนาของสมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อย โดยเนื้อหาการอบรมประกอบไปด้วย 1) การอบรมเทคนิคการถ่ายภาพและการสร้างเนื้อหาเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสร้างเนื้อหาพร้อมการปฏิบัติใช้งานแอปพลิเคชันออนไลน์ 2) การจัดทำบัญชีต้นทุนเบื้องต้นและการคิดต้นทุนสินค้า ซึ่งมีการอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญเน้นการปฏิบัติและนำไปใช้ได้จริงสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ โดยจัดเตรียมสถานที่สำหรับจัดงานภายในเส้นทางที่กำหนด อาศัยความร่วมมือจากชุมชนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีการวาดศิลปะบนกำแพงภายในชุมชน ติดโคมไฟตามเส้นทางท่องเที่ยว เปิดตลาดชุมชนใช้ชื่อตลาดเฮงอันลี กิจกรรมการร้องเพลงจีน การเขียนพู่กันจีน การเล่นดนตรีในร้านกาแฟ การสอนทำขนมบัวลอยน้ำขิง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสร้างอัตลักษณ์

ชุมชนเป็นรูปแมวดกน้ำมีชื่อว่า “เหมียวไรหง่า” (ออกแบบโดย เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์) มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 3 การผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์



ภาพที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเขียนศิลปะบนกำแพง

3. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ พบว่า 1) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การมาท่องเที่ยวเพื่อพบปะผู้คน และค้นหาเพื่อนใหม่ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ส่วนใหญ่จะเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ได้แก่ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถไฟ ความถี่ในการมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเฉพาะวันหยุดราชการและนักชดถุกซ์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ จะใช้ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของสินค้าหรือบริการ และ 2) ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ความพึงพอใจด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ไม่ไกลสามารถเดินทางไปท่องเที่ยว

สถานที่ใกล้เคียงอื่นได้สะดวก ความพึงพอใจด้านสินค้า ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน ความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดมีความเหมาะสม ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่าย ได้แก่ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ บุคลากรมีการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ โดยผู้คนในพื้นที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ มีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการแสดงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ทางสถิติด้วยข้อมูลการวิเคราะห์การผันแปร และข้อมูลการวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis: MCA) พบว่า

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การผันแปรของพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร และปัจจัยส่วนบุคคล

ที่มาของการผันแปร	ตัวแบบการวิเคราะห์แบบเชิงชั้น				
	ผลรวมกำลัง สอง	DF	ค่าเฉลี่ยผลรวม กำลังสอง	F	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ	14633.318	13	1125.640	2.598	.002*
เพศ	298.619	1	298.619	.689	.407
อายุ	1672.991	3	557.664	1.287	.279
ระดับการศึกษา	4306.240	2	2153.120	4.968	.008*
อาชีพ	7222.423	4	1805.606	4.166	.003*
รายได้ส่วนบุคคล	1133.045	3	377.682	.871	.456
การผันแปรที่อธิบายได้	14633.318	13	1125.640	2.597	.002*
การผันแปรที่เหลือ	126127.653	291	433.428		
การผันแปรทั้งหมด	140760.970	304	463.030		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพมีอิทธิพลมากที่สุด โดยเฉพาะผู้ที่จบปริญญาตรีและพนักงานเอกชน แสดงพฤติกรรมและความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างชัดเจน

สมมติฐานที่ 2 (H2) : ทักษะคิดและแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การผันแปรของพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหินฯ และ ทักษะคิดและแรงจูงใจ

ที่มาของการผันแปร	ตัวแบบการวิเคราะห์แบบเชิงชั้น				
	ผลรวมกำลังสอง	DF	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง	F	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ	14742.649	18	819.036	1.859	.019*
ด้านสถานที่	5228.650	3	1742.883	3.955	.009*
ด้านราคา	2901.250	2	1450.625	3.292	.039*
ด้านค่าใช้จ่าย	635.190	1	635.190	1.442	.231
ด้านบุคลากร	1060.692	3	353.564	.802	.493
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1395.236	3	465.079	1.056	.368
ด้านความเป็นอัตลักษณ์	603.808	2	301.904	.685	.505
ด้านวัฒนธรรม	1816.895	3	605.632	1.374	.251
ด้านการเรียนรู้	1100.928	1	1100.928	2.499	.115
การผันแปรที่อธิบายได้	14742.649	18	819.036	1.859	.019*
การผันแปรที่เหลือ	126018.322	286	440.624		
การผันแปรทั้งหมด	140760.970	304	463.030		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร มีความแตกต่างตามปัจจัยทักษะคิดและแรงจูงใจ โดยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และราคามีอิทธิพลมากที่สุด โดยเฉพาะ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว มีจุดเช็คอิน (Check in) และ การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างชัดเจน

4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตรและการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า ประกอบไปด้วย กระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สำรวจตลาดและทำความเข้าใจนักท่องเที่ยว 2) วางแผนอย่างเป็นระบบ 3) ร่วมสร้างประสบการณ์ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพ 5) นำไปสู่การปฏิบัติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพการณ์ปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธมิตร พบว่า 1) ชุมชนสะพานหิน เป็นสถานที่ที่มีการพัฒนาพื้นที่เพื่อต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต เป็นสถานที่สวยงาม ดั้งเดิม มี

วัฒนธรรม มีร้านค้าที่มีชื่อเสียงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ มีทำเลที่ดีที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างสะดวกสบาย รวมทั้งมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหากได้รับความร่วมมือของสมาชิกชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลเข้ามาส่งเสริมสนับสนุน โฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิดา แจ่มประจักษ์ (2565) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีการจัดการภูมิทัศน์และการพัฒนาเส้นทางเพื่อนำไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงพัฒนาสินค้าและบริการที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของมานพ ชุ่มอ่อน และคณะ (2567) ที่ระบุว่า แรงบันดาลใจสำคัญของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อพักผ่อน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตาวีร์ สุขคร (2562) ที่ระบุว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยที่ดีและถูกต้องควรเกิดจากความร่วมมือจากชุมชน ภาครัฐ และเอกชน อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงชุมชนหรือพื้นที่ที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการร่วมมือของทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน (2565) ที่พบว่า การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องรักษาความเป็นเอกลักษณ์ควบคู่กับการเปิดรับวิถีของยุคโลกาภิวัตน์ และการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีที่มีความงดงามอันเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชนสะพานหิน ประกอบไปด้วย จุดแข็งเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรมเก่าแก่น่าสนใจรวมทั้งนำวัฒนธรรมเก่าแก่ที่กำลังจะหายไป นำกลับมาทำใหม่ส่งผลให้ได้การตอบรับที่ดี และมีร้านค้าที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ จุดอ่อน เป็นเส้นทางที่ผู้คนสัญจรไปมาเพื่อไปยังคลองโองอ่างและส่วนใหญ่เป็นเพียงที่พักของสมาชิกในชุมชน มีร้านค้าเพียงเล็กน้อย ยังไม่เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว โอกาส อยู่ใกล้คลองโองอ่างที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก การเปิดตลาดของชุมชนเป็นการเพิ่มเส้นทางให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม อุปสรรค ความร่วมมือของผู้คนในชุมชนและการสนับสนุนของภาครัฐบาลยังน้อยเกินไป สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล (2561) ที่มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ จุดแข็ง คือ เอกลักษณ์ของวัดและชุมชน เมืองเก่าที่แสดงถึงประวัติความเป็นมาของจังหวัดอุทัยธานี มีวัฒนธรรมของแต่ละอำเภอที่เป็นเอกลักษณ์และทำให้คนรู้จักจังหวัดอุทัยธานี จุดอ่อน คือ ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี อีกทั้งยังเป็นเมืองรองที่ยังไม่

ค๋อยมีนักท่องเที่ยวรู้จัก โอกาส คือ เป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางได้ง่าย ใช้เวลาไม่นาน ถนน สะดวกสบาย อีกทั้งยังมีท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยในแต่ละตำบลหรือชุมชนก็จะมีสิ่งที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ผู้คนเริ่มสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น อุปสรรค ขาดการช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัดอุทัยธานีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์มีน้อยจึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวยังไม่มี การวางแผนการท่องเที่ยวได้ดีเท่าที่ควร

2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ พบว่า พฤติกรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันตาม 1) ปัจจัยส่วนบุคคล โดยพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพมีอิทธิพลมากที่สุด โดยเฉพาะผู้ที่จบปริญญาตรีและพนักงานเอกชน แสดงพฤติกรรมและความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของจารุวรรณ กมลสินธุ์ และอรรพรรณ เกิดจันทร์ (2564) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอกำแพง จังหวัดลำปาง ปัจจัยด้านระดับการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานและระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และงานวิจัยของสุกัญญา พวกสนิท (2563) ที่ระบุว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราในด้านอาชีพเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านทัศนคติและแรงจูงใจ โดยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และราคามีอิทธิพลมากที่สุด โดยเฉพาะ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว มีจุดเช็คอิน และ การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิจิตรา บุญแล และคณะ (2564) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากครบเครื่องเรื่องวิถีชีวิตและแหล่งธรรมชาติที่มีอัตราการเติบโตใกล้เคียงกับเมืองหลักและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และงานวิจัยของสุกัญญา พวกสนิท (2563) ที่พบว่า ราคาอาหาร สินค้า ค่าบริการ และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีความเหมาะสม เน้นคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุด

3. การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์ พบว่า การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับสมาชิกในชุมชนเพื่อ

พัฒนาศักยภาพสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีเนื้อหาการอบรม ประกอบไปด้วย

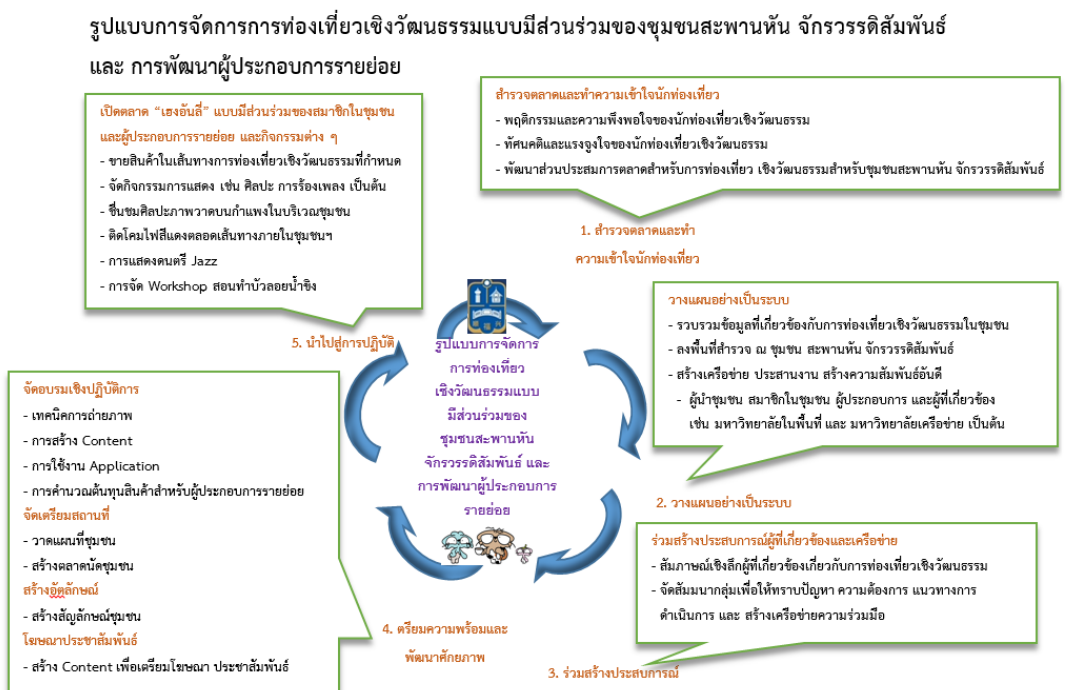
- 1) การอบรมเทคนิคการถ่ายภาพและการสร้างเนื้อหาเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสร้างเนื้อหาในแอปพลิเคชันที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของภูริต สุคนธ์ ปัญญา (2564) ที่ระบุว่า การสร้างเนื้อหาของผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการผลิตจากความต้องการของผู้ชมเป็นหลักมีข้อดี คือ ได้รับทราบความต้องการและยังเป็นการตอบโต้ผู้ชม สร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นส่วนเดียวกับรายการได้เป็นอย่างดีทำให้มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง และการสร้างเนื้อหาที่ดีเป็นการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ด้วยเครื่องมือและรูปแบบที่เข้าใจง่าย ประกอบไปด้วยการสร้างประเภทเนื้อหา ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ ที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอต่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณฤดี เนตรโสภา (2561) ที่ระบุว่า การเพิ่มความรู้และความมั่นใจในการลงเนื้อหาในแอปพลิเคชัน จะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจและทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น
- 2) การอบรมการจัดทำบัญชีและการคิดต้นทุนสินค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อนำความรู้ทางด้านการเงินไปประยุกต์ใช้จริงในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์ และคณะ (2563) ที่ระบุว่า การลงทุนต้องมีการเตรียมความพร้อมเรื่องการเงิน รวมถึงการวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อให้เกิดการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดจากเงินลงทุนรวมถึงลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ของจุดคุ้มทุน

4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหัน จักรวรรดิสัมพันธ์และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า มีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) สำรวจตลาดและทำความเข้าใจนักท่องเที่ยว ด้วยการเก็บข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการพัฒนาส่วนประสมการตลาด
- 2) วางแผนอย่างเป็นระบบ ได้แก่ รวบรวมข้อมูล ลงพื้นที่สำรวจ สร้างเครือข่าย ประสานงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 3) ร่วมสร้างประสบการณ์ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดสัมมนากลุ่มเพื่อให้ทราบปัญหา ความต้องการและแนวทางการดำเนินการ
- 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพด้วยการจัดเตรียมสถานที่ วาดศิลปะบนกำแพงเป็นแผนที่ชุมชน การสร้างตลาดชุมชน การสร้างอัตลักษณ์เพื่อเป็นสัญลักษณ์ชุมชน สร้างเนื้อหาโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ และ
- 5) นำไปสู่การปฏิบัติจัดกิจกรรม การเปิดตลาด “เฮงอันลี” แบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย และกิจกรรมการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมในหลายรูปแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตศักดิ์ พุฒจรร

และคณะ (2562) ระบุว่าพัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วย การวางแผนการดำเนินงาน การสร้างความรู้ความเข้าใจประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบประสบการณ์ท้องถิ่น การเตรียมความพร้อมพัฒนาศักยภาพ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การทำความเข้าใจทิศทางการตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง การจัดการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางการจัดการตลาดสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ คิลสว่าง (2562) ที่มีการศึกษาแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี ในเรื่องที่เกี่ยวข้องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาส่วนประสมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 3 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย

จากภาพแสดงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยจะมีกระบวนการและวิธีการในเรื่องของการสำรวจตลาดและทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวโดยนำส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมมาเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ตรงความต้องการมากที่สุด หลังจากนั้นจึงทำการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งในเบื้องต้นจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินการ หลังจากนั้นจะมีการร่วมสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และ แนวทางการแก้ไขร่วมกันของบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นกลุ่มสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวในชุมชนประสบผลสำเร็จ แล กระบวนการสุดท้ายก็คือการนำแผนไปปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในการสร้างตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ ควรให้ความร่วมมือและมีการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง
2. หน่วยงานภาครัฐบาลควรมีการกำหนดนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น
2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากงานวิจัยนี้จะทำให้สมาชิกในชุมชนเห็นความสำคัญของการร่วมแรงร่วมใจ และ ร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยในครั้งนี้ได้รับได้รับการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ เลขที่ NMCEC-00001/2567 จากวิทยาลัยนครราชสีมาและได้รับการสนับสนุนงบประมาณรายได้ประจำปี 2567 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสะพานหิน จักรวรรดิสัมพันธ์ และการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทีมผู้วิจัยขอขอบคุณ มา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศิลสว่าง. (2562). แนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 132-146.
- กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย ชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11), 350-363.
- จารุวรรณ กมลสินธุ์ และอรวรรณ เกิดจันทร์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดศรีอุทุมพร ตำบลหนองกรด อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 492-503.
- จิตศักดิ์ พุฒจรรยา และคณะ. (2562). การพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น. (รายงานการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ (วช.) : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชิตาวิรี์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *วารสารเพื่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 2(1), 1-7.
- ณฤดี เนตรโสภา. (2561). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานเพื่อเสริมสร้าง สัมมาทิวาธิ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ด้วยเทคนิคคำถาม R-C-A. *วารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 12(2), 1-14.
- เทพพิทักษ์ นิลวรรณ. (2564). การเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานชุมชนคลองโองอ่างและชุมชนสะพาน หัน. *วารสารสาระศาสตร์*, 8(1), 76-87.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *Future of tourism* รับมือการเปลี่ยนผ่านสู่การเติบโตอย่างมี คุณค่าและยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/kSPyR>
- นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน. (2565). ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม : คณะเทคโนโลยีการเกษตร.
- ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, นันทน์ภัส ศรีโสภณ, ทิพากร ย้อยสร้อยสุด, ภิญญดา แสงจันทร์, ศศิณีภา ภู ศรี และศุภาพิชญ์ ผาดสุวรรณ. (2563). ต้นทุน ผลตอบแทน และปัจจัยที่ส่งผลตอบแทน ของธุรกิจร้านกาแฟ ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารการบัญชีและ การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3), 63-82.

- ปรัชญากรณ ไชยคช, วัชร ชัยเขต และปณต ประคองทรัพย์. (2564). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในเมืองท่องเที่ยวรองกรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(12), 288-304.
- พิชารัตน์ สุขะนิทร์. (2563). การศึกษาการรับรู้ข้อมูล ทักษะคิด และพฤติกรรม ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภูริต สุคนธ์ปัญญา. (2564). กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจอาหารที่มีผู้ติดตามมากกว่า 1 แสนซับสไครเบอร์ในยูทูบ. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด และแบรนด์). คณะนิเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มานพ ชุ่มอุ่น, แววรรณ ละอองศรี, วรัญญา ละอองศรี, ปวีณา แดงวิรุฬห์, ศิรสา สอนศรี, อาชวินใจแก้ว, จุฑาลักษณ์ สายแปง และพัทธ์สิริ สุวรรณภิรมย์. (2567). การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านตราสินค้าเรื่องเล่าอัตลักษณ์และโมเดลธุรกิจของตำบล ป่าเมี่ยงอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 16(4), 87-104.
- วิจิตรา บุญแล และคณะ. (2564). การศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(1), 46-55.
- สุกัญญา พวกสนิท. (2563). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุธิดา แจ้งประจักษ์. (2565). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6(2), 214-222.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). *Principles of Tourism*. Auckland : Longman.
- Otto, J.E. & Ritchie, J. (1996). The Service Experience in Tourism. *Tourism Management*, 17, 165-174.