

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

อมรรัตน์ ไชยวงศ์^{1*} และ ลินจง โพচারี²
Amornrat Chaiyawong^{1*} and Linjong Pocharee²

^{*1,2}สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม 44000

^{*1,2}Tourism and Hotel Management Faculty of Tourism and Hotel Management Mahasarakham University,
Mahasarakham 44000

Received : 2024-01-17 Revised : 2024-03-28 Accepted : 2024-03-29

บทคัดย่อ

จากการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการผสมผสานกันระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่แบบสอบถาม โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และประชาชนในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 163 คน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยศึกษาจากประชาชนในหมู่บ้านเสมา บุคลากรจากองค์กรของรัฐ และภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ และวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคทางสถิติคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว บ้านเสมา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า 1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลประจำปี ควรใช้รูปแบบออนไลน์ เช่น Facebook, Website, Tiktok,

Instagram, Twitter และการทำ Content เนื่องจากเป็นช่องทางที่เป็นกำลังเป็นที่นิยมและเข้าถึงได้ง่าย 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ โดยมีการจัดให้มีวิทยากรฝึกพัฒนารูปแบบของสินค้าในชุมชน ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และ 3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีกิจกรรมการสำหรับนักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริงที่ระลึก ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านเสมา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดการรับรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

คำสำคัญ : องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

From this research, the objective is to study the marketing Mix for cultural tourism in the Ban Sema community, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province. It is a combination of research methods. Quantitative, which includes a

*อมรรัตน์ ไชยวงศ์

E-mail address : wanwan171033@gmail.com

questionnaires by studying Thai tourists who travel. and people in the community Ban Sema, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province, totaling 163 people and qualitative research methods including indepth interviews. Stakeholders in the area by studying from People in Sema village Personnel from government organizations and the private sector that is a group of entrepreneurs and analyzed using statistical techniques, namely mean and standard deviation. The research results found that.

Thai tourists have tourist opinions on the marketing mix. Tourism Ban Sema, Kamalasai District, Kalasin Province Overall it is at a high level. and every aspect is at a high level in every aspect When considering each aspect.

Guidelines for developing cultural tourism that are appropriate for organizing cultural tourism at Ban Sema, Nong Paen Subdistrict, Kamalasai District, Kalasin Province, found that 1) public relations Tourism during annual festivals such as has channels for selling products of people in the community. and publicizing the event in online formats such as Face Book, Website, Tiktok, Instagram, Twitter because they are popular and easily accessible channels. 2) Product design development To sell as souvenirs for tourists Should be promoted and supported by government agencies. There will be lecturers to practice developing product styles in the community. and 3) develop tourism activities cultural to attract the attention of tourists Should promote and support activities for tourists to try making souvenirs. which is unique of traveling to Ban Sema, Kamalasai District, Kalasin Province to create new experiences to tourists And it creates a true awareness of the culture and way of life of the local people. Also participate in the community.

Keywords : Elements of tourist attractions (5A), Service Marketing Mix, Cultural Attraction Standard.

1.บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะกระแสที่ถูกสร้างขึ้นในสังคมและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีส่วนเผยแพร่ให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบกับทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยโดยเฉพาะสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับความสนใจและเกิดกระแสการอนุรักษ์และหวงแหนในมรดกอันล้ำค่าทางวัฒนธรรมของไทย [1] การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นผลิตภัณฑ์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศ ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวกระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวก ซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม [1]

จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศิลปวัฒนธรรมจารีต ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีเมืองโบราณที่เกิดขึ้นบริเวณลุ่มน้ำชี ซึ่งตั้งอยู่และเป็นเมืองขนาดใหญ่ที่สุดในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ชื่อว่า “เมืองฟ้าแดดสงยาง” มีหลักฐานปรากฏความสำคัญเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 12-16 เป็นยุคที่รุ่งเรืองสมัยกับวัฒนธรรมทวารวดีที่พบในภาคกลางและสมัยอยุธยาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จึงทำให้จังหวัดกาฬสินธุ์ที่นอกจากจะมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ยังมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในหลาย ๆ ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านเสมา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นที่โดดเด่น [2] เมืองฟ้าแดดสงยางแห่งนี้เป็นแหล่งที่มีการค้นพบใบเสมาจำนวนมากและเป็นที่ตั้งของพระธาตุยาคู จนถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์และเป็นที่มาของชื่อบ้านเสมาในปัจจุบัน ใบเสมาที่ค้นพบมีใบเสมาหินทรายสีแดง สลักลวดลายจารึกตัวอักษรโบราณ ภาพสำคัญคือภาพจำหลักเรื่องราวพุทธประวัติและมหานิบาตชาดกที่งดงามมาก ทำให้ทราบถึงความเชื่อความนิยม รวมถึงการแต่งกายและสถาปัตยกรรมเครื่องไม้อันสมัยนั้น จึงเป็นแหล่งเสมาหินขนาดใหญ่และสำคัญที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [3] จะเห็นได้ว่าบ้านเสมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านศักยภาพของทรัพยากร

ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งโบสถ์อยู่รอบ ๆ ในบริเวณหมู่บ้าน ประกอบกับเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ติดกับ พระธาตุยุยคุ ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวแวะมาเยี่ยมชมเรื่อย ๆ

ตั้งแต่ต้นปี 2563 ประเทศไทยประสบกับวิกฤติการระบาดของ COVID-19 ซึ่งวิกฤติการระบาดดังกล่าวนับเป็นวิกฤติที่รุนแรงมากที่สุดในรอบ 100 ปี ทำให้เศรษฐกิจประเทศไทย ในปี 2563 หดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี นับตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 [4] ภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการหดตัวมากที่สุด จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลทำให้ผู้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ลดน้อยลง เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผ่านไป การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน เริ่มตั้งแต่ปี 2566 พื้นที่ต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าว 28.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยวไทยกว่า 249 ล้านคน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ทั้งที่พำนักและไม่ใช่พำนักสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวม 2.17 ล้านล้านบาท อัตราการเข้าพักและราคาห้องพักปรับตัวดีขึ้น แต่ค่าใช้จ่ายต่อคนยังน้อยกว่าปี 2562 [5] ส่งผลให้การท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์พื้นที่ต่อเนื่อง ผู้คนเริ่มเดินทางออกท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมายังมีผู้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่จะนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเสม ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและความพร้อมของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และประชาชนทุกภาคส่วนในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบ้านเสมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนศึกษาแนวทางการพัฒนาและรูปแบบที่เหมาะสมเฉพาะบริบทที่เป็นอัตลักษณ์ของบ้านเสมให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักหมู่บ้านเสมเพื่อสร้างการท่องเที่ยวให้คงอยู่เคียงคู่กับวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสม ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

2.2 เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสม ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสม ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

3.วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสม ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ตามสถิติการท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดกาฬสินธุ์ ประจำปี พ.ศ. 2566 จำนวน 73,022 คน [6]

2) ประชาชนในชุมชนบ้านเสม ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเป็นหัวหน้าครอบครัว หรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 249 [7] จาก 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเสม บ้านข้าวหลาม บ้านหนองแปน บ้านสงยาง และบ้านดอนยาง

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสม จำนวน 73,022 คน [6] โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ด้วยสูตรคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2) ประชาชนในหมู่บ้านของชุมชนบ้านเสม โดยเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส หรือสมาชิกของครอบครัวที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน ต่อ 1 หลังคาเรือน จำนวน 249 คน โดยเปิดตารางเครชีและมอร์แกน [8] และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling)

3.1.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มเป้าหมาย (Target group) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. หัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส

2.บุคลากรจากองค์กรของรัฐ 3.ภาคเอกชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบ้านเสมา มี 3 กลุ่ม ดังนี้

(1)หัวหน้าครอบครัวหรือคู่สมรส จำนวน 10 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

(2)บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ที่ดูแลการท่องเที่ยวของบ้านเสมา จำนวน 10 คน ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

(3)กลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา จำนวน 10 คน ใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามนักท่องเที่ยว (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมาพร้อมกับกลุ่มใด พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่ ถ้าพักค้างคืน ประเภทของที่พักที่ท่านพัก ระยะเวลาการพักผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา และท่านรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางใด

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

สร้างและลักษณะทางกายภาพ จำนวน 3 ข้อ และด้านกระบวนการ จำนวน 3 ข้อ

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

3.2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จำนวน 15 ฉบับ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมาทั้ง 5 หมู่บ้าน โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 การศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

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

3.2.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วันที่ 1-31 สิงหาคม 2566

3.3 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวข้อง จากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

3.3.2 จัดทำเครื่องมือวิจัยตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึงความมุ่งหมายของการวิจัย

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์

3.3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน คือ

- 1) ผศ.ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ
- 2) ผศ.ดร.สุวัชร ศรีทองแสง
- 3) อาจารย์ ดร.วันทกาญจน์ สีมารุทธี

3.3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.416–0.948 สอดคล้องกับ Nunnally (1987 : 12) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

3.3.6 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.960–0.975 สอดคล้องกับ Nunnally และ Berstein (1994) ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.3.7 ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปขอหนังสือจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3.3.8 นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.30 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 30.67 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 64.42 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 33.77 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–15,000 บาท ร้อยละ 46.63 ภูมิลำเนา จังหวัดกาฬสินธุ์ ร้อยละ 84.66 วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ท่องเที่ยวเพื่อความสะดวก ร้อยละ

42.94 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมาพร้อมกับกลุ่มใดมากับเพื่อน ร้อยละ 39.87 พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 75.46 ท่านพักค้างคืนในการเดินทางครั้งนี้หรือไม่ ไม่พักค้างคืน ร้อยละ 55.83 ประเภทของที่พกที่ท่านพก เสื้อผ้า ร้อยละ 46.63 ระยะเวลาการพักผ่อน 1 คืน ร้อยละ 70.55 ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อวัน 1,001–2,000 บาท ร้อยละ 50.30 จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านเสมา ครั้งแรก ร้อยละ 56.44 ท่านรู้จักหมู่บ้านเสมาจากช่องทางใด อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 72.43

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.63	มาก
ด้านราคา	3.99	0.65	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.62	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.87	0.86	มาก
ด้านบุคคล	3.96	0.78	มาก
ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ	4.00	0.76	มาก
ด้านกระบวนการ	3.89	0.83	มาก
รวม	3.98	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ระดับมาก

ทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.08$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.00$) และด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.00$)

งานวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ประชาชนของบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.85 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 34.95 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 76.49 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 37.42 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 47.15

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของประชนของหมู่บ้านเสมาเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.99	0.71	มาก
ด้านการเดินทางเข้าถึง	3.97	0.73	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.58	มาก
ด้านที่พัก	3.83	0.76	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.84	0.77	มาก
รวม	3.92	0.62	มาก

จากตารางที่ 2 กลุ่มผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.99$) ด้านการเดินทางเข้าถึง ($\bar{X} = 3.97$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$)

ผลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอ

กมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยมีโบราณสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม คือ พระธาตุยาคู และคนพบใบเสมาเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมที่งดงาม และความรุ่งเรืองในอดีตอย่างเห็นได้ชัด จังหวัดกาฬสินธุ์ได้ให้ความสำคัญและมีการบริหารจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรมและเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีผลิตภัณฑ์จากธง ผ้าอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมกาฬสินธุ์ การแสดงรำบูชาพระธาตุ ชุดพิมพาพิลาป พิมพาโสมนัส นอกจากนี้ยังมีการสร้างและพัฒนาพื้นที่ ศักยภาพการจัดการต้นทางวัฒนธรรม ซึ่งมีความคุ้มค่าในการลงทุนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนบนฐานวัฒนธรรม ให้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น และความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน 2) ด้านความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีนั้น หรือการที่โบราณสถานที่มีความเก่าแก่ และมีวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ โดยหมู่บ้านเสมามีพระธาตุยาคู หรือ พระธาตุใหญ่ เป็นเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในบริเวณเมืองฟ้าแดดสงยาง ซึ่งพระธาตุยาคู ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 21 ตุลาคม 2525 เนื้อที่ประมาณ 6 ไร่ 2 งาน นับเป็นโบราณสถานที่ยังคงสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ทุก ๆ ปี ในช่วงวันวิสาขบูชาจะมีพระธาตุยาคูจะมีการจัดงานประเพณีสงกรานต์พระธาตุยาคู และประกอบพิธีบวงสรวงพระธาตุยาคู โดยจะมีชาวบ้านแต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองโบราณ และมีนางรำจากหมู่บ้านต่าง ๆ จาก 18 อำเภอของจังหวัดกาฬสินธุ์กว่า 1,000 คน สวมเสื้อสีเหลือง ห่มสไบแพรวา ผ้าถุงตีนแดง รำบูชาพระธาตุยาคู ท่ามกลางทะเลทุ่งที่ประดิดประดอยหลากหลายสีสันและรูปแบบที่โบกสะบัดพลิ้วไสวอย่างสวยงามตระการตาจำนวนพัน ๆ ต้น เป็นที่ตื่นตาตื่นใจแก่นักท่องเที่ยวและเป็นที่นิยมในการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก นอกจากนี้จุดสักการะที่พระธาตุยาคู ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการจัดทำธงเพื่อประดับประดาในงานบุญ งานพิธีกรรมทางศาสนาอีกด้วย และ 3) ด้านส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารูปแบบของการส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเสมา ให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่าย หรือมีกิจกรรมของชุมชนที่เป็นที่นิยม รวมทั้งมีบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอหรือขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เนื่องจากพระธาตุยาคูเป็นโบราณสถานที่ยังคงสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และชาวบ้านจัดให้มีการจัดงานนมัสการพระธาตุยาคูงานมาปทุมมีบูชา จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนมีนาคม ถือเป็นงานประจำปีของจังหวัดกาฬสินธุ์ และงานวิสาขบูชาปฐมา ประเพณีสงกรานต์พระธาตุยาคู ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน ของทุกปี เพื่อเป็นการขอฝนและความร่มเย็นให้กับหมู่บ้าน และได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสักการะพระธาตุ สืบสานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของชาวไทยไว้ให้คงอยู่ต่อไป

5.อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1.องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับการบอกเล่าจากเพื่อนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านเสมา มีความสวยงาม แปลกตา การจัดกิจกรรมงานบุญที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำทะเลธง ที่เป็นแห่งเดียวในประเทศไทยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [9] ปัจจัยที่ ดึงและปัจจัยที่ใช้ดันให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงบอกต่อในความประทับใจของสถานที่เที่ยวให้คนที่รู้จัก เป็นการพัฒนาส่วนประสมการตลาดไปสู่ความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัศร โสรมรรค [10] พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ถาวรวชิสิทธิ์ และคณะ[11] พบว่า สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว คือขนบธรรมเนียม ประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอ ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

2.องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง เข้าถึงอยู่ในระดับมาก เนื่องจากชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ มีช่องทางการความสะดวกสบายในการคมนาคมที่จะสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกับหลายจังหวัด เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม เป็นต้น ทำให้การเดินทางสะดวกรวดเร็ว พื้นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงง่ายไม่ซับซ้อน และส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เข้าไป เย็นกลับ เพื่อเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดยาว ทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัศร โสรมรรค [10] พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวอุดรธานี ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ

3. ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันสิ่งที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ การมีช่องทางในการนำเสนอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งชุมชนบ้านเสมา ที่เป็นเส้นทางเชื่อมต่อได้ในหลายจังหวัด เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา พุกพากิจ [12] พบว่า การสร้างสาธารณูปโภค ถนน ทางเข้าหมู่บ้าน และการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ ทั้งการ

สนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะทำให้การท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ [11] พบว่า การส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีสิ่งแวดลอมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอ ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของส่วน [13] พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยว มากที่สุดคือด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ส่วน ประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านเสมามีทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ดังนั้น จึงมีความหลากหลาย สามารถสร้างความประทับใจและชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งหมู่บ้านเสมามีเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีแหล่งท่องเที่ยวและบรรยากาศของชุมชนที่สวยงามเจียบสงบ บอกเล่าความงามผ่านวิถีชุมชน มีการแสดงรำบูชาพระธาตุยาคู การออกแบบท่ารำของชุมชนเพื่อรำแสดงต้อนรับผู้มาเยือน การเวียนเทียนรอบองค์พระธาตุยาคู การกราบไหว้ขอพร การตักบาตรทำบุญร่วมกันกับชาวบ้านในพื้นที่ ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิสรา วุฑฒิกรรมรักษา [13] พบว่า แนวคิดที่จะอนุรักษ์มรดกของชาติที่เน้นสิ่งที่จับต้องได้ (Conservation of Tangible Heritage) ไปเป็นการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้โดยใช้การท่องเที่ยว (Intangible Heritage in Tourism) ซึ่งก็คือทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบท ของสังคมปัจจุบันจึงถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นมุ่งเน้นการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อน ทำผู้เยี่ยมชมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

6.1.1 ประชาชนในชุมชนบ้านเสมา สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ในชุมชนได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดงานงานวันวิสาขบูชาปุณณมีบูชา และงานวันมาฆบูชาปุณณมีบูชา เท่านั้น นอกจากนี้ ยังสามารถพัฒนาสินค้าในชุมชน เพื่อจัดจำหน่ายเป็นของที่ระลึกเพิ่มเติม นอกเหนือจากธูป ซึ่งอาจจะจัดทำของที่ระลึกเป็นใบเสมาเป็นพวงกุญแจ ต่างหู สร้อยคอ เป็นต้น เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนอีกด้วย

6.1.2 บุคลากรจากองค์กรของรัฐ ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพัฒนาอาชีพ เกี่ยวกับการจัดทำของที่ระลึกจำหน่าย การออกร้านจัดจำหน่ายสินค้า การจัดทำเพจต่าง ๆ การจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ ให้กับคนในชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการจัดธูป การจักสานกระเป๋จากผักตบชวา เป็นต้น เพื่อดึงดูดใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

6.1.3 หน่วยงานของรัฐ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับชุมชน

6.1.4 ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการประกอบธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร โฮมสเตย์ เนื่องจากบ้านเสมา มีทำเลที่ตั้งที่มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบผสมผสาน

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

6.2.1 ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

6.2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมแนวทางการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกลมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ การเป็นกันเองของคน

ในชุมชน หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับและพึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมการท่องเที่ยว, *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2564*, บริษัทพิดับบลิว ปรี้นตัง จำกัด, 2564.
- [2] องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์, “แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ 2562 - 2565”, สำนักปลัด ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว งานประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์, 2565.
- [3] กริชกมล เหล่าอรรค, “บทบาทของเทศบาลตำบลหัวขวางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น”, การศึกษาค้นคว้าอิสระ, รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม, 2550.
- [4] กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, “COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา”, ปีที่ 1, ฉบับที่ 1/2564, หน้า 3, 2564.
- [5] กองบรรณาธิการไทยรัฐออนไลน์, “สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย”, Thairat money, [Online]. https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_economy/2764434. (เข้าถึงเมื่อ : วันที่ 4 มกราคม 2567)
- [6] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัดปี 2566 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2023))”, [Online]. <https://www.mots.go.th/news/category/705>. (เข้าถึงเมื่อ : วันที่ 4 มกราคม 2567)
- [7] องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแปน, “ข้อมูลทั่วไปบ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์”, [Online]. <http://www.pasukplus.com/informations/>, (เข้าถึงเมื่อ : วันที่ 25 กันยายน 2566).
- [8] Krejcie, R.V, and Morgan, D.W., “Determining Sample Size for Research activities”, *Educational and Psychological Measurement*, Vol.30, No.2, p607, 1970.
- [9] กนกวรรณ ศิลสว่าง, “แนวทางพัฒนาส่วนประกอบการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี”, *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, ปีที่ 6, ฉบับที่ 2, หน้า 131-146, 2562.
- [10] ประภัศร โสรมรรค, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี”, *วารสารการการท่องเที่ยวไทนานาชาติ*, ปีที่ 18, หน้า 26-44, 2565.
- [11] ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และคณะ, “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน”, *วารสารสมาคมนักวิจัย*, ปีที่ 26, หน้า 244-256, 2564.
- [12] กิตติยา พุกภาษีกิจ, “แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ”, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, ปีที่ 10, หน้า 72-101. 2561.
- [13] นันทิสรา วุฒิภักดิ์รักษา, “ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวในเมืองรองของภาคเหนือตอนบนจังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน น่าน แพร่ และพะเยา”, *วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร, 2561.