**กิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

**ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี**

ศรเพชร ยิ่งมี1\*, เศกสิทธิ์ ปักษี2, บรรจบพร อินดี3 , สายใจ รัตนสัจธรรม4

1-4สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี,

ศรเพชร ยิ่งมี : [mixobar007@gmail.com](mailto:mixobar007@gmail.com)

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้แทนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ จำนวน 20 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.897 สถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันและ การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า บริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( = 2.99) ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางลบ ในระดับต่ำมาก (r =-0.034) โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับต่ำ (r =0.146) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**คำสำคัญ:** กิจกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

**Tourism Activities and Cultural Tourist Behavior**

**Of Thai Tourists, Family Groups**

**Sangkhlaburi District Kanchanaburi**

Sornpech Yingmee1\*, Sakesit Paksee2, Banchobporn Indee3 , Saichai Rattanasatjatham4

1-4Hospitality Industry in Tourism Management Faculty of Management Sciences

Kanchanaburi Rajabhat University,

Sonrpech Yingmee : [mixobar007@gmail.com](mailto:mixobar007@gmail.com)

**Abstract**

The purpose of this research for studying the context of cultural tourism activities, studying the behavior of Thai tourist as family groups in cultural tourism and studying the connection between cultural tourism activities and family tourism behavior of Thai people in Sangkhlaburi district Kanchanaburi by using the mix method of researching. The representative sample groups of the research can be divided into 2 groups by using specific random method. The first group Is representatives of local government organizations, local leaders and 20 people in the area by using the qualitative researching tool as interviews and the second group is 400 Thai tourist’s family groups who travel for cultural tourism in Sangkhlaburi district Kanchanaburi with age over 20 years old by using the quantitative researching tool as form of questionnaire with reliability of 0.897. The statistics which use for data analysis including frequency, percentage, average, standard deviation, Correlation coefficients of Pearson, and content analysis. The results of the research are as follows: the context of cultural tourism activities consists of rural lifestyle tourism activities, cultural tourism activities, traditions and historical tourism activities. The behavior of Thai family tourists in cultural tourism is found that the overall opinions are at a moderate level ( =2.99). There is a negative connection between rural lifestyle tourism activities and family tourism behavior of Thai people at a very low level (r =-0.034), cultural tourism activities, traditions, and behavior of Thai tourists in family groups which have the connection as a low positive connection (r = 0.146) at the significant of .01 and historical tourism activities with the behavior of Thai tourist’s family groups are not related.

Keywords: Tourism activities, Tourist behavior, Cultural tourists, Family traveler

**1. บทนำ**

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่รัฐบาลในหลายประเทศต่างส่งเสริมและสนับสนุนให้ท้องถิ่นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น เพราะนอกจากจะเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคมและอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้ให้ความสำคัญกับการรื้อฟื้นประเพณีที่กำลังสูญหายกลับมาอีกครั้ง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมของตนและมีความตื่นตัวที่จะอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนมากขึ้น (Vareiro, Ribeiro, & Remoaldo, 2017) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่หลากหลายทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถานที่สำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยม วิถีการดำเนินชีวิต ทั้งของดั้งเดิม เช่น งานแสดงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น หรือของร่วมสมัยอย่าง เช่น ศิลปะร่วมสมัย อาหารผสมผสาน (ชายชาญ ปฐมกาญจนา & และนรินทร์ สังข์รักษา, 2558)

สำหรับประเทศไทยนั้นได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นบนพื้นฐานของวัฒนธรรมไทย โดยใช้ประโยชน์จากศักยภาพและภูมิสังคมเฉพาะพื้นที่เพื่อเสริมจุดเด่นในระดับภาคและจังหวัดในการเป็นฐานการผลิตและบริการที่สำคัญ เช่น โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีการใช้ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ รวมทั้งทำให้มีคุณค่าเพียงพอเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 55 เมืองรอง โดยเน้นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นผ่านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งนโยบายดังกล่าวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีในแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Destination Attributes) เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังการศึกษาของ Dabphet (2017) ที่พบว่า ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัย เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย นักวิชาการหลายท่าน (HA. Schänzel & Yeoman, 2014; Vareiro et al., 2017; Wu & Wall, 2016) แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อคนทุกวัยในครอบครัว สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Yeoman, Schänzel, & Smith (2013) ที่กล่าวว่า นักการตลาดควรให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการที่แตกต่างออกไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางลักษณะโครงสร้างของระบบครอบครัวทำให้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัวมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น พ่อ-แม่-ลูก พ่อ-ลูก แม่-ลูก ครอบครัว เกย์/เลสเบี้ยน รวมทั้งมีคนหลายช่วงวัยในการเดินทาง ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความซับซ้อนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เนื่องจากมีเด็กและคนชราที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว (Kozak & Duman, 2012; H. Schänzel & Yeoman, 2015; Yang, Khoo-Lattimore, & Yang, 2020) จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจำเป็นต้องมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกช่วงวัย ซึ่งปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะได้รับความสนใจมากขึ้น (Kong & Loi, 2017; Kozak & Duman, 2012; HA. Schänzel & Yeoman, 2014; H. Schänzel & Yeoman, 2015; Vareiro et al., 2017) แต่การศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคตะวันตกของประเทศไทย มีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศ ทำให้มี การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว โดยมีผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นเริ่มมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรีมากขึ้น อาจเพราะเริ่มเกิดความนิยมและมีความน่าสนใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มครอบครัวที่ดี สามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวและเกิดความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวมากขึ้นได้ (ศรเพชร ยิ่งมี, 2558) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตรวมถึงประวัติศาสตร์ ประเพณีของชุมชนที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมจากชุมชนเชื้อชาติ ของชาวบ้านที่อยู่มาตั้งแต่ดั้งเดิมและมีชุมชนชาวบ้านที่ย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี เช่น กะเหรี่ยง มอญ ลาวโซ่งฯลฯ มีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะมีชาวมอญมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จนเป็นชุมชนมอญ มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่น่าสนใจและมีความน่าสนใจสำหรับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหลีกหนีความวุ่นวายของชุมชนในเมืองเช่นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว อำเภอสังขละบุรีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนชาวมอญและความมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ของสถานที่ จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ธัญญพัทธ์ มีสมกลิ่น และคณะ, 2558) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังที่กล่าวมาจะต้องมีกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว

ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรีจังหวัดกาญจนบุรียังมีการศึกษาน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวที่มีลักษณะของสมาชิกในครอบครัวที่มีช่วงวัยที่ต่างกัน และอาจจะขาดการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอสังขละบุรี ในงานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นในการศึกษาบริบทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามีรูปแบบใดบ้าง จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนและการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ในระดับใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวได้อย่างยั่งยืน

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวค่อนข้างหลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็นการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารและสถานที่พักแรมที่แหล่งท่องเที่ยวควรจะศึกษาและจัดเตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยวให้ได้อย่างทั่วถึง เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่อาจจะยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ทุกช่วงวัย เพราะอาจจะยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยังน้อยและอาจจะยังขาดการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีอยู่ว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัยหรือไม่ เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาบริบทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะช่วยให้ผู้ประกอบการและนักการตลาดการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาและนำเสนอกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**2. วัตถุประสงค์การวิจัย**

**1. เพื่อศึกษาบริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี**

**2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

**3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว**

**3. สมมติฐานการวิจัย**

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถตั้งสมมติฐานว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว (กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์)

**4. วิธีดำเนินการวิจัย**

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (mixed method research) ในลักษณะ Sequential Exploratory mixed methods design เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคํานวณได้จากสูตรไม่่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) ซึ่งสูตรในการคํานวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

n = P(1 -P)Z2

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E2

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกาลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ95

(ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

แทนค่า n = (.05)(1 - .5)(1.96)2

(.05)2

= 384.16

ใช้ขนาดตัวอย่าง 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมันร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non – Probability Sampling) ได้แก่ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันทางครอบครัวเป็นสมาชิกในครอบครัวหรือญาติสนิท ตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในรูปแบบครอบครัว ได้แก่ พ่อ แม่ พี่ น้อง รวมถึงญาติสนิทและมีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนการสุ่มพื้นที่การวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีรายละเอียดดังนี้

1) สะพานมอญ หรือ สะพานอุตตมานุสรณ์ 6) ด่านเจดีย์สามองค์

2) หมู่บ้านชาวมอญ 7) วัดสมเด็จ (เก่า)

3) วัดวังก์วิเวการาม (ใหม่) 8) ถ้ำแก้วสวรรค์บันดาล

4) เจดีย์พุทธคยา 9) เมืองบาดาล เยี่ยมชมโบสถ์

5) ถนนคนเดินสังขละบุรี การแสดงศิลปะวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสุ่มสถานที่ท่องเที่ยวจากรายชื่อด้านบน โดยวิธีการสุ่มแบบอย่างง่ายด้วยวิธีการจับฉลากได้สถานที่ท่องเที่ยวตัวอย่าง 5 แห่ง ดังนี้

1) สะพานมอญ หรือสะพานอุตตมานุสรณ์ 4) ด่านเจดีย์สามองค์

2) วัดวังก์วิเวการาม (ใหม่) 5) หมู่บ้านชาวมอญ

3) เจดีย์พุทธคยา

**เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ**

**เชิงปริมาณ**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Data) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอาชีพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยส่วนที่ 3 และ 4 เป็นคำถามแบบ Rating Scale

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว

**เชิงคุณภาพ**

ใช้แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่

1. ผู้แทนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจานวน 3 คน

2. ผู้นำท้องถิ่น (กำนัน) จำนวน 3 คน

3. ประชาชนในพื้นที่จำนวน 14 คน

**การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ**

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องดังต่อไปนี้

1. สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากเอกสารและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC)

4. คัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพพร้อมจัดทำแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 คน

6. นำแบบสอบถาม มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.897

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วนำมาตรวจแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้วนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยจัดทำผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้แทนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจานวน 3 คน ผู้นำท้องถิ่น (กำนัน) จำนวน 3 คน และประชาชนในพื้นที่จำนวน 14 คน รวม 20 คน แล้วนำมาวิเคราะห์และนำไปสู่การออกแบบเครื่องมือเชิงปริมาณ

2. เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำนวน 400 ชุด

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

**เชิงคุณภาพ**

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 แล้วนำผลที่ได้นำไปออกแบบข้อคำถามในแบบสอบถาม เพื่อหาความสัมพันธ์ของกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว

**เชิงปริมาณ**

ข้อมูลที่ได้เก็บจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกทั้งหมดลงหมายเลขประจำฉบับ

2. จัดทำคู่มือลงรหัส (Code Book)

3. นำข้อมูลทั้งหมดลงรหัส เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปกำหนด ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่

1) ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และข้อเสนอแนะ

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ สถิติวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวไทยกลุ่มครอบครัว

**ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่ มกราคม 2560 – ธันวาคม 2560

**5. ผลการวิจัย**

ผลการศึกษา สรุปผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 อายุ 18–25 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 สภานภาพโสด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 การศึกษาระดับ ปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 อาชีพข้าราชการ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-19,999 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เคยเดินทางมาอำเภอ สังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 มีการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 มีลักษณะพฤติกรรมการพักแรมประเภทโรงแรม จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 มีระยะเวลาที่พักระหว่างการท่องเที่ยว 2 คืน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีการค้นคว้าหาข้อมูลการท่องเที่ยว จากอินเตอร์เน็ต จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย/ครั้ง คือ 5,001–7,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 เลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหารท้องถิ่นในชุมชนที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เลือกเครื่องดื่มน้ำอัดลม จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และคิดว่าเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีลักษณะเป็นน้ำสมุนไพร น้ำผัก น้ำผลไม้ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ตามลำดับ

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงวิถีชีวิตชนบท นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก ( =3.91) ในข้อ กิจกรรมการท่องเที่ยวสะพานมอญหรือสะพานอุตตมานุสรณ์ การชมสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย การชมแสงสีทองของพระอาทิตย์ขึ้นในยามเช้าเป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้พักผ่อน ผ่อนคลายและสบายใจ และมีความคิดเห็นในระดับมาก ( =3.60) ในข้อกิจกรรมการท่องเที่ยว เรียนรู้ วิถีชีวิตของ ชาวไทย ชาวมอญและชาวกระเหรี่ยง การพูดคุยและเครื่องแต่งกาย เป็นกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่น่าหลงใหล

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก ( =3.74) ในข้อกิจกรรมการตักบาตรมอญ เป็นประเพณีเก่าแก่ของชาวบ้าน เป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี และมีความคิดเห็นในระดับน้อย ( =1.99) ในข้อกิจกรรมการท่องเที่ยว ชมการละเล่นรำตง” ศิลปะการแสดงพื้นบ้านของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง (โปว์) และการแสดงศิลปะ วัฒนธรรมพื้นบ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ในอำเภอสังขละบุรี เป็นกิจกรรมที่น่าตื่นตาตื่นใจหาชมได้ยากและน่าอนุรักษ์เอาไว้ และน่าส่งเสริมประสัมพันธ์ให้รู้จักมากขึ้น

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ( =3.35) ในข้อกิจกรรม การท่องเที่ยว วัดหลวงพ่ออุตตะมะ หรือวัดวังก์วิเวการาม (ใหม่) เจดีย์พุทธคยาและด่านเจดีย์สามองค์เป็นกิจกรรมที่เป็น การทำบุญไหว้พระเพื่อความเป็นสิริมงคลเมื่อมาเยือน มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ มีสินค้าชายแดนและสินค้าท้องถิ่นที่หลากหลายเหมาะสำหรับการซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก แต่นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วย ( =1.73) ในข้อกิจกรรมการท่องเที่ยว เมืองบาดาล วังก์วิเวการาม (เก่า) และวัดสมเด็จ (เก่า) เป็นกิจกรรมที่มีน่าค้นหาและมีการเดินทางที่ผจญภัยท้าทาย น่าตื่นเต้น เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยเชิงประวัติศาสตร์

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( =2.99)

4.1 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( =2.71) รายข้อพบว่า ข้อที่เห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ( =2.63) การเดินทางไปในที่แตกต่างจากบ้านของตนทำให้รู้สึกตื่นเต้นตื่นตาตื่นใจ ( =3.29) และข้อที่เห็นด้วยระดับน้อย ได้แก่ การเดินทางไปและกลับได้รับความปลอดภัย สะดวกสบาย ตลอดเส้นทาง ( =2.22)

4.2 ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( =2.69) รายข้อพบว่า ข้อที่เห็นด้วยระดับมาก ได้แก่ เลือกรับประทานอาหารระหว่างการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ( =3.79) ข้อที่เห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว ความรู้ ความบันเทิง แตกต่างต่างจากบ้านตนเองและได้รับสุนทรียภาพ ( =3.13) และข้อที่เห็นด้วยระดับน้อย ได้แก่ รับรู้ได้ถึงความเพลิดเพลิน บันเทิงและพึงพอใจกับการท่องเที่ยวครั้งนี้ ( =2.21) ได้รับความสะดวกสบายตลอดเวลาในแหล่งท่องเที่ยว ( =2.05) และท่านชื่นชอบเครื่องดื่ม น้ำสมุนไพรภายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ( =2.29)

4.3 ด้านพฤติกรรมการคาดหวัง อยู่ในระดับปานกลาง ( =3.34) รายข้อพบว่า ข้อที่เห็นด้วยระดับมาก ได้แก่ มีแรงจูงใจจากปัจจัยภายใน คือ ต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยเหตุผลส่วนตัวหรือสมาชิกในครอบครัว ( =3.43) และข้อที่เห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ มีการวางแผน และคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวตรงตามที่สมาชิกในครอบครัวต้องการ ( =3.30) และมีแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก คือ แหล่งท่องเที่ยวน่าดึงดูดให้ท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยว ( =3.31)

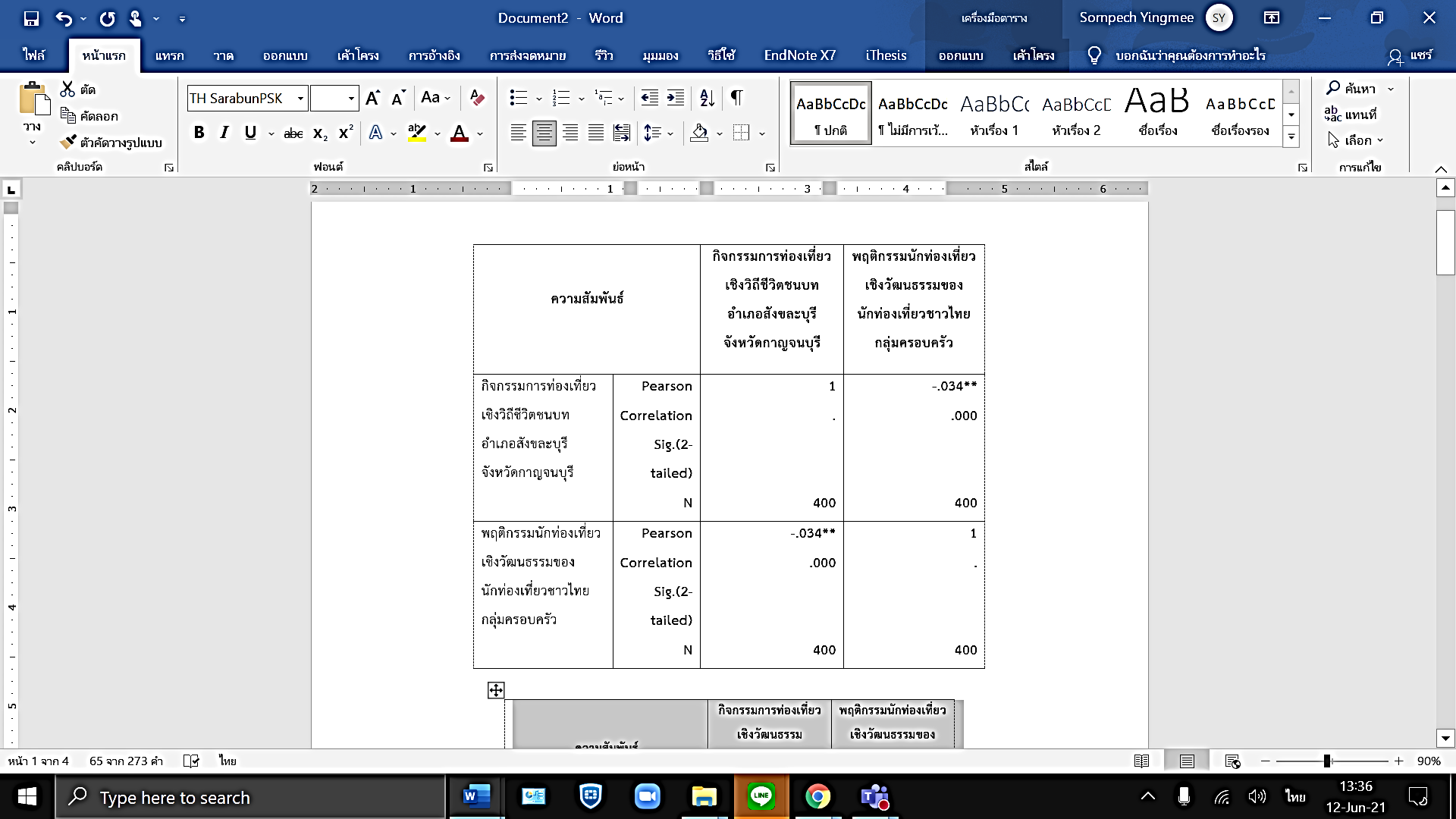
4.4 ด้านพฤติกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ในระดับปานกลาง ( =3.20) รายข้อพบว่า ข้อที่เห็นด้วยระดับมาก ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร ( = 3.72) ข้อที่เห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในครั้งนี้ เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะตัวของครอบครัว ( = 3.39) และข้อที่เห็นด้วยระดับน้อย ได้แก่ มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากสมาชิกในครอบครัว ( =2.50)

4.5 ด้านพฤติกรรมการระลึกถึง อยู่ในระดับปานกลาง ( =3.04) รายข้อพบว่า ข้อที่เห็นด้วยระดับมาก ได้แก่ เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวแล้ว ทำให้ระลึกและคิดถึงมิตรไมตรีที่คนในท้องถิ่นมีให้ ( =3.54) ข้อที่เห็นด้วยระดับปานกลาง คือ เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวแล้วมีพฤติกรรมแสดงออกถึงการระลึกถึง คิดถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ฯลฯ ( =3.09) และข้อที่เห็นด้วยระดับน้อย ได้แก่ มีพฤติกรรมแสดงออกถึงความประทับใจและอยากบอกต่อให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว ( =2.49)

**ผลการทดสอบสมมติฐาน**

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว

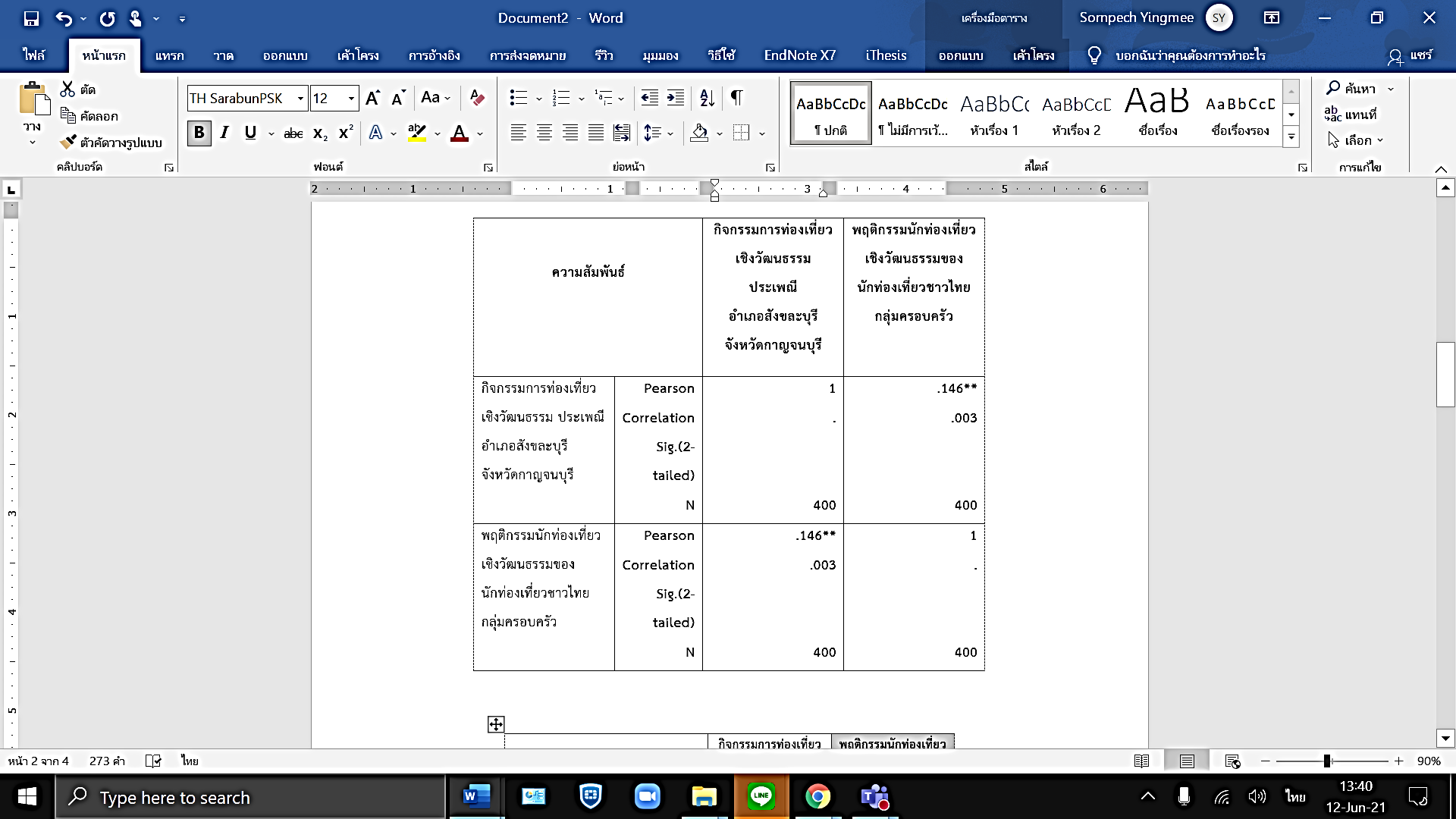
ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว



จากตารางที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทางลบ ในระดับต่ำมาก (r =-0.034) โดยเป็นความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งยอมรับสมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม

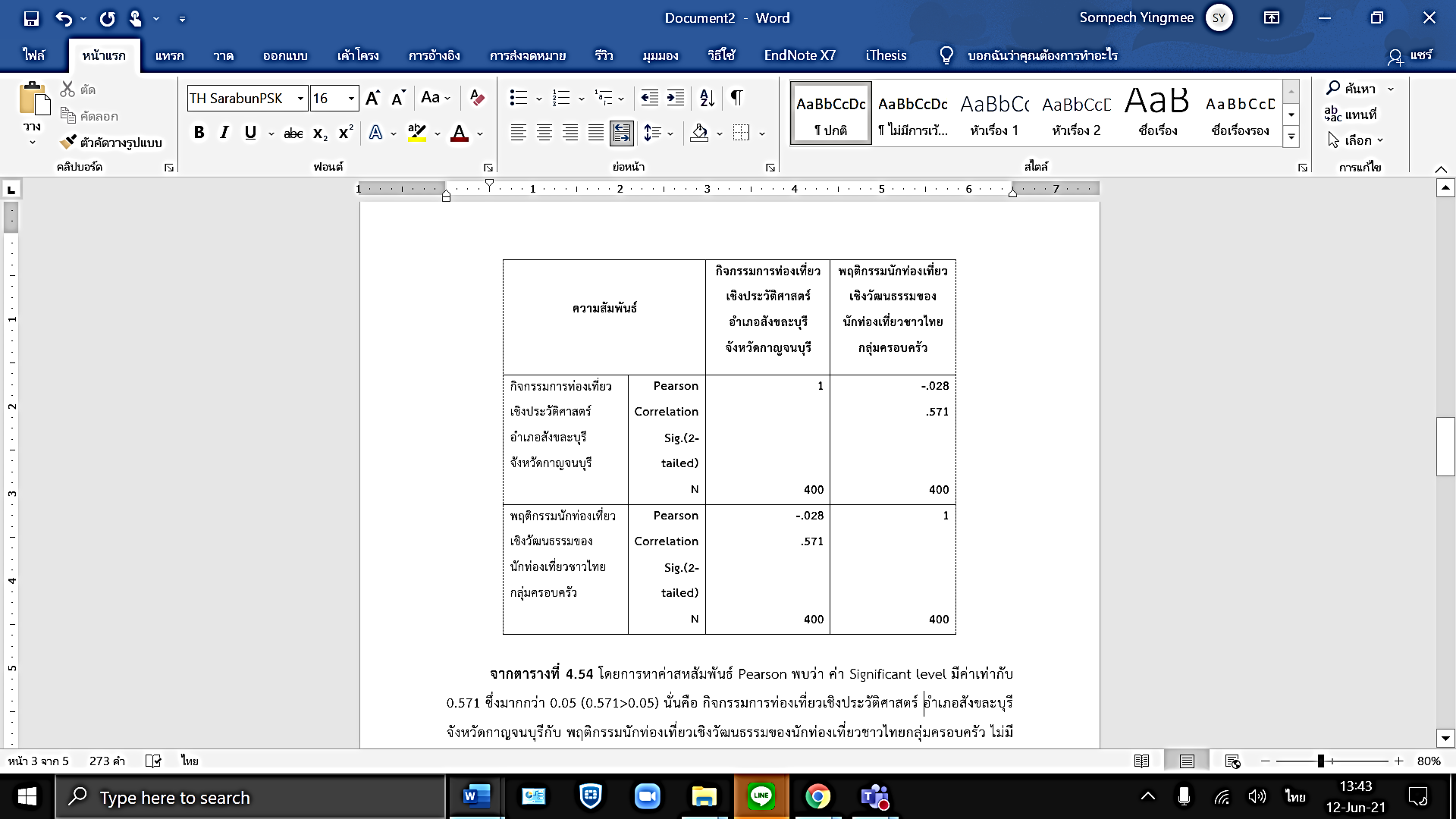
ครอบครัว



จากตารางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับต่ำ (r =0.146) โดยเป็นความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งยอมรับ สมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม

ครอบครัว



จากตารางที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่าเท่ากับ 0.571 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.571>0.05) โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่ามีค่า -.028 ซึ่งแสดงว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งปฏิเสธสมติฐานที่ตั้งไว้

**6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย**

จากผลการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย สามารถสรุปผลและอภิปรายผล ได้ดังนี้

**บริบทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** ประกอบไปด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังที่ธัญญพัทธ์มีสมกลิ่น และคณะ (2558) ได้อธิบายว่าการกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี ของอำเภอสังขละบุรี สามารถจำแนกได้เป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 ก่อนการเข้ามาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ก่อนปี พ.ศ.2550) เป็นช่วงที่ผู้คนเน้นมา กราบไหว้หลวงพ่ออุตตมะเป็นหลัก ช่วงที่ 2 หลังจากการเข้ามาของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจนถึงสะพานมอญถล่ม (พ.ศ.2550-พ.ศ.2556) ที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมชาวมอญซึ่งยังคงรักษา อัตลักษณ์ดั้งเดิม จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์สะพานมอญถล่มจากน้ำป่าเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2556 และช่วงที่ 3 ช่วงซ่อมแซมสะพานจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2556-ปัจจุบัน) ซึ่งสะพานที่ซ่อมแซมถูกนิยามว่าเป็นสะพานแห่งความร่วมแรงร่วมใจของผู้คน สะพานแห่งภูมิปัญญาของคนมอญ จึงยิ่งดึงดูดให้ผู้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ดังนั้นด้วยปัจจัย จากภายใน คือ ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนชาวมอญและความมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ของสถานที่แล้วยังมีปัจจัยภายนอก ได้แก่ การส่งเสริมจาก ททท. และ“การแชร์เรื่องราว” ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่สร้างให้ชุมชนแห่งนี้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

**พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** **พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับปานกลาง** ( = 2.99) โดยเห็นด้วยระดับปานกลางด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว (=2.71) เห็นด้วยระดับปานกลางด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (=2.69) เห็นด้วยปานกลางด้านพฤติกรรมการคาดหวัง ( =3.34) เห็นด้วยปานกลางด้านพฤติกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (=3.20) และเห็นด้วยปานกลางด้านพฤติกรรมการระลึกถึง (=3.04) จากผลระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ ศาสนาและประวัติศาสตร์ อาจจะยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวมากนัก เพราะมีความหลากหลายของช่วงวัย รวมถึงการรับรู้และความต้องการที่แตกต่างกัน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีการผจญภัยมากเกินไปอาจจะยังไม่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ซึ่งสามารถนำข้อมูลเชิงลึกในแต่ละด้านไปศึกษาต่อเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวได้ชัดเจนมากขึ้น

**ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว** พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทางลบ ในระดับต่ำมาก (r = -0.034) โดยเป็นความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ยอมรับสมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งอาจจะยังมีกิจกรรมที่ยังไม่สอดคล้องหรือยังไม่มีสิ่งที่ดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวในทางบวกได้ จึงควรพิจารณาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงลึกต่อไป ว่าเพราะสาเหตุใดกิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านนี้จึงมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังกล่าว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับต่ำ (r =0.146) โดยเป็นความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ยอมรับสมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งควรศึกษาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ว่าควรจะพัฒนาในรูปแบบใด เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวเพิ่มขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่าเท่ากับ 0.571 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.571>0.05) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งควรจะต้องศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงลึกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อให้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว เพราะอาจจะยังมีกิจกรรมที่ไม่ครอบคลุมทุกช่วงวัยของสมาชิกในครอบครัวและการนำเสนอความรู้ด้านประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจจะยังยากต่อความเข้าใจและยังมีกิจกรรมที่ยังไม่หลากหลายนัก รวมถึงกิจกรรมเชิงประวัติศาสตร์อาจจะยังเข้าถึงได้ยาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน และจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทยังคงมีนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวสนใจท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสามารถวิเคราะห์ได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวนั้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวพยายามมุ่งเน้นให้สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ดี เพราะมีกิจกรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย อาหารท้องถิ่น และบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์ภายในชุมชน และที่สำคัญ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวสามารถเข้าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ง่าย และไม่ต้องเดินทางลำบากมากนัก หากเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงได้ยากหรือมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวอาจจะเข้าถึงได้ลำบากและมีความเข้าใจที่ยากกว่ากิจกรรมอื่น โดยเฉพาะช่วงอายุที่ยังเป็นเด็กหรือวัยรุ่น เพราะฉะนั้นจึงควรต้องเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวอย่างลึกซึ้ง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศรเพชร ยิ่งมี (2558) ได้เคยอธิบายไว้ว่าวัยรุ่นเริ่มมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรีมากขึ้นอาจเพราะเริ่มเกิดความนิยมและมีความน่าสนใจกับทุกเพศทุกวัยมากขึ้นและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มครอบครัวที่ดี สามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวและเกิดความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวมากขึ้นได้ โดยมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สมาชิกในครอบครัวสามารถร่วมกิจกรรมกันได้ทั้งครอบครัว ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงวัยใดก็ตาม โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยการพัฒนา การท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านหรือ 5As ซึ่งในแต่ละด้านได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 2. การเข้าถึง (Access) 3. ที่พักแรม (Accommodation) 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5. กิจกรรมในการท่องเที่ยว (Activities) ดังนั้นแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัว ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาทั้ง 5 ด้านหรือ 5As โดยมุ่งเน้นในการวิเคราะห์หาทางแก้ไข และพัฒนาเพื่อเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรีที่จะสามารถครอบคลุม และทั่วถึงกับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยในครอบครัว รวมถึงการส่งเสริมเกี่ยวกับความสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ดังที่ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้เสนอว่าควรพัฒนาการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องและควรพัฒนาอนุรักษ์ความงดงามทางศิลปะวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจ ตลอดจนพัฒนา การถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

**7. ข้อเสนอแนะ**

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำผลจากการวิเคราะห์ต่าง ๆ สามารถนำไปสู่การวางแผนหรือออกแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดวัน และสามารถครอบคลุมกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงการพัฒนากิจกรรมที่มีอยู่ทั้ง 3 กิจกรรมให้มีความโดดเด่น และมีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ควรเร่งศึกษาอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเชิงลึกในด้านอาหารและเครื่องดื่มภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะภายในท้องถิ่น เช่น เครื่องดื่มสมุนไพร ทั้งนี้ไม่ว่าปัจจัยใดก็ตามที่สามารถส่งเสริมให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ ย่อมส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะมีได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะ การมุ่งเน้นการจัดบริการที่เหมาะสมและน่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

**8. เอกสารอ้างอิง**

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ***แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่* 2**(*พ.ศ.* 2560 - 2564).กรุงเทพ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชายชาญ ปฐมกาญจนา, & และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม**

**ของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร,*

26(1), 119-129.

ธัญญพัทธ์ มีสมกลิ่น และคณะ (2558). **“มอญสังขละ”:การกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดกาญจนบรี.**

การประชุมวิชาการนิสิตนักศึกษาภูมิศาสตร์และภูมิสารสนเทศศาสตร์แห่งประเทศไทย ครั้งที่ 8: ภาควิชาภูมิศาสตร์

คณะศิลปะศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดปทุมธานี

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553). **การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**

**เชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี.** ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศรเพชร ยิ่งมี. (2558). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มครอบครัวที่** **เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี.** จังหวัดกาญจนบรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

Kong, W., & Loi, K. (2017). **The barriers to holiday- taking for visually impaired tourists and their families.** Journal of Hospitality and Tourism Management, 32, 99-107.

Kozak, M., & Duman, T. (2012). **Family members and vacation satisfaction:** Proposal of a conceptual

framework. International Journal of Tourism Research, 14(2), 192–204.

Ministry of Tourism and Sports. (2017). **National Tourism Development Plan No. 2 (2017 - 2021).** Bangkok.

Schänzel, H., & Yeoman, I. (2014). **The future of family tourism. Tourism Recreation Research*,*** *39*(3), 343–360.

Schänzel, H., & Yeoman, I. (2015). **Trends in family tourism. Journal of Tourism Futures*,*** *1*(2), 141–147.

Siripen Dabphet. (2017). **Applying importance – performance analysis to identify competitive travel**

**attributes:** An application to regional destination image in Thailand Journal of Community

Development Research (Humanities and Social Sciences), 10(3), 7-21.

Vareiro, L., Ribeiro, J. C., & Remoaldo, P. (2017). **Destination attributes and tourist’s satisfaction in a cultural destination.** Portugal: the PT2020 Partnership Agreement.

Wu, M., & Wall, G. (2016). **Chinese Research on Family Tourism: Review and Research Implications**. Journal of China Tourism Research, 12(3-4), 274-290.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis (3 ed.).** New York: Harper and Row Publication.

Yang, M. J. H., Khoo-Lattimore, C., & Yang, E. C. L. (2020). **Three generations on a holiday: Exploring the influence of neo-confucian values on Korean multigenerational family vacation decision making**. Tourism Management Perspectives, 78, 1-10.

Yeoman, I., Schänzel, H., & Smith, K. (2013). **A sclerosis of demography: How ageing populations lead to the nncremental decline of New Zealand tourism.** Journal of Vacation Marketing, 19(2), 91–103.