การพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

Marketing Developmentof Local Weaving Wisdom to Promote Community-Based Tourism Tapsawai Sub-district, Huaithalaeng District, Nakhon Ratchasima Province

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย[1]

Kittisak Klinmuenwai[1]

Received: 16 April 2025 **Revised**: 11 July 2025 **Accepted**: 22 September 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาและ3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8P's) ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8P's) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.05) และศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีศักยภาพด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน โดยภาพรวมมีศักยภาพมากทุกด้าน ($\bar{x}$=4.04) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวทุกด้านที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัย

[1] หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
Corresponding Author's

[1] Head of Tourism Industry Department, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

* Corresponding author: Kittisak Klinmuenwai, E-mail: kittiya_kitty@hotmail.com, kittisak_kli@vu.ac.th

ส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การพัฒนา, การตลาด, ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This research aimed to: 1) investigate the marketing factors associated with local weaving wisdom in promoting community-based tourism, 2) assess the potential of local weaving wisdom in supporting community-based tourism in Tapsawai Sub-district, Huaithalaeng District, Nakhon Ratchasima Province, and 3) examine the differences in demographic characteristics and tourism behavior of tourists toward the marketing mix factors of local weaving wisdom to promote community-based tourism. This study employed a quantitative research approach using a questionnaire as the primary data collection tool, with data obtained from a sample of 400 tourists. Data analysis were conducted using frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis testing was performed using t-tests and one-way ANOVA.The research findings revealed that the overall marketing mix (8Ps) associated with local weaving wisdom in promoting community-based tourism was rated at a high level ($\bar{x}$=4.05) across all components. Additionally, the assessment of community-based tourism potential in Tapsawai Sub-district found that the community demonstrated high potential across all six tourism components ($\bar{x}$=4.04). Furthermore, the hypothesis testing indicated that differences in demographic characteristics had no statistically significant effect on tourism behavior in relation to the marketing mix factors of local weaving wisdom for promoting community-based tourism in Tapsawai Sub-district, Huaithalaeng District, Nakhon Ratchasima Province ($p > 0.05$).

Keywords: Development, Marketing, Local Weaving Wisdom, Community Tourism

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชนที่มีการส่งเสริมภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นนับได้ว่าเป็นซอฟต์พาวเวอร์อย่างหนึ่งของประเทศไทยและเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอและผ้าไหมไทยมีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานในด้านความงดงามของสีสันและลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน ต่างได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2567) จังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งผลิตผ้าไหม

ที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับท้องถิ่นและเป็นสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก ตามยุทธศาสตร์จังหวัดนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2566 - พ.ศ. 2570 มีวิสัยทัศน์ว่า “ประตูสู่อีสาน ศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม ผ้าไหม และการท่องเที่ยว” เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นศูนย์กลางของการผลิตอุตสาหกรรมไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างรวดเร็ว และก่อให้เกิดค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนไทย อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มคนในท้องถิ่น อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาการย้ายถิ่นฐานและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2566) ถึงแม้ว่าศิลปะการทอผ้าไหมในประเทศไทยจะมีประวัติอันยาวนานแต่ก็ยังคงมีปัญหาในการส่งเสริมทางการตลาดและการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านผ้าทอท้องถิ่นเพื่อพัฒนาศิลปะการทอผ้าไหมไทยของจังหวัดนครราชสีมา อาทิ เช่น ลวดลายผ้าไหมยังขาดความหลากหลายและความทันสมัย ขาดช่องทางด้านกิจกรรมด้านการตลาดและการกระจายตัวสินค้า ขาดการจัดกิจกรรมแสดงสินค้า เช่น การออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่าง ๆ ขาดการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านผ้าทอที่สามารถให้นักท่องเที่ยวและคนจากนอกพื้นที่เข้ามาเรียนรู้และสัมผัสกิจกรรมภูมิปัญญาการทอผ้าในกระบวนการต่าง ๆ ในขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ายังคงมีบริการแค่ที่ OTOP ที่เดียวเท่านั้น ในยุคปัจจุบันได้ (สุธิดา ราศี และคณะ, 2563) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดทำโครงการยกระดับการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสู่แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีความเข้มแข็งโดยการผลักดัน ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว คือ “เส้นทางสายไหมภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น” เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ อาทิ การออกแบบสินค้าหรือ บรรจุภัณฑ์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน และมีแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอีกหนึ่งชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นหมู่บ้านทับสวายแห่งนี้ มีจุดเด่นคือ ชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชน มีอาชีพทอผ้าไหม ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จากการสืบทอดอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าไหมด้วยการเอาเส้นไหมมาทอเป็นผืนผ้าสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้าให้กับสมาชิกในครัวเรือน เพื่อสวมใส่ในโอกาสสำคัญ ๆ และยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ได้มีรายได้นอกเหนือจากการทำเกษตรกรรม โดยชุมชนยังมีความต้องการเพิ่มเติมหรือการต่อยอดในด้านการถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปะหัตกรรมของผ้าไหมมัดหมี่ตำบลทับสวาย ให้กับประชาชนในพื้นที่ และคนรุ่นหลังได้ร่วมสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ โดยจัดเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในการศึกษาดูด้านกระบวนการทอผ้าไหมและงานภูมิปัญญาด้านต่าง ๆ และในด้านการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ได้อย่างกว้างขวาง (องค์การบริหารส่วนตำบลทับสวาย, 2567)

ปัจจุบันชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ยังพบกับปัญหาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น ชุมชนขาดองค์ความรู้และความเข้าใจที่แท้จริงในการดำเนินการทาง

ด้านการบริหารจัดการกลยุทธ์ทางตลาด และขาดความเข้าใจถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและเข้ามาเยือนของผู้บริโภค และนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและขาดการสำรวจตรวจสอบการรับรู้ที่แท้จริงในตัวผลิตภัณฑ์งานผ้าทอจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจากผู้บริโภคและหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นของชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาไม่สามารถแข่งขันและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายกับผลิตภัณฑ์งานผ้าทอท้องถิ่นจากพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากกลยุทธ์ทางการตลาดมีน้อย เมื่อได้เปรียบเทียบกับชุมชนผ้าทอท้องถิ่นในพื้นที่อื่น ซึ่งมีกลยุทธ์การตลาดที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง การคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าทอและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ของชุมชนที่สร้างมูลค่าของผ้าทอท้องถิ่นได้สูง จนสามารถมีชื่อเสียงได้

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาให้มีความโดดเด่นและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานของการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ในบริบทของการตลาดเป็นการศึกษาคุณลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของประชากรในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และสถานภาพทางครอบครัว ซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการวางแผนและกลยุทธ์การตลาดขององค์กร (Kotler & Armstrong, 2018) การทำความเข้าใจลักษณะประชากรในแต่ละกลุ่มจะช่วยให้บริษัทสามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมการซื้อ เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการเจาะตลาด และจากมุมมองของ Peter and Olsen (2010)

ประชากรศาสตร์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางแผนและพัฒนานโยบายในหลาย ๆ ด้าน เช่น การศึกษา สุขภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการวางผังเมือง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการทำนายและตอบสนองต่อความต้องการของประชากร โดยลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มตลาดในธุรกิจและการตลาดในด้านการท่องเที่ยว ทางด้าน ภัทราพร สิทธิฉัตรทอง (2562) กล่าวว่าลักษณะประชากรศาสตร์เช่น เพศ อายุ และระดับการศึกษา จะมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง ค่าใช้จ่าย และช่วงเวลาที่เลือกท่องเที่ยว รวมถึงการเลือกซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกัน พรสุดา ปานเกษม (2557) กล่าวว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพเป็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญในการกำหนดตลาดเป้าหมาย และสามารถช่วยให้เข้าถึงความรู้สึกและความคิดของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้ส่งผลต่อการรับรู้และความคิดที่แตกต่างกันของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องใช้กลไกทางการตลาดเพื่อช่วยขับเคลื่อนและตอบสนองความต้องการทั้งของชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 8P's เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด 8P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และคุณภาพและผลผลิต (Lovelock & Wright, 2002) และทางด้าน พลอย แย้มเสนาะ (2560) กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การกำหนดแผนการและแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้ส่วนผสมทางการตลาด 8P's ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมและตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับ โชติอนันต์ พฤทธิ์พรชนน (2560) กล่าวถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่เน้นผลกำไรสูงสุดจากความพอใจของผู้บริโภค โดยปรับใช้ส่วนประสมทางการตลาด 8P's ให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจการท่องเที่ยวที่ต้องการการวางแผนและการปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่และการแบ่งส่วนตลาดที่ซับซ้อนมากขึ้น และเหมาะสมกับธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจเชิงการท่องเที่ยวแต่ละประเภทต่าง ๆ ได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น

การทอผ้าเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาหลายรุ่น โดยมีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบสีสัน และลวดลายที่สะท้อนถึงประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อของแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทย ซึ่งการทอผ้าถือเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยเวลาในการฝึกฝนและความชำนาญ โดยส่วนใหญ่การถ่ายทอดทักษะนี้จะเกิดขึ้นภายในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น จนเกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2564) การทอผ้ามีความสำคัญในการสะท้อนวิถีชีวิตและสังคมไทย รวมถึงความสัมพันธ์กับขนบธรรมเนียมและพิธีกรรมในแต่ละช่วงชีวิต จึงควรได้รับการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการทอผ้าไหมก็เป็นอีกหนึ่งวิธีในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้สื่อบุคคล การสนทนา การสาธิต และการปฏิบัติจริงเพื่อถ่ายทอดความรู้ ซึ่งการร่วมมือในการผลิตและ

การประชุมมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าและความเข้าใจในกระบวนการต่าง ๆ (ธมนพัชร์ ศรีษะพลภูสิทธิและคณะ, 2564) นอกจากนี้ยังมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการทอผ้าและสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน (กัญญารินทร์ ไชยจันทร์, 2565) การทอผ้าไหมถือเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ลวดลายผ้าไหมมักได้รับแรงบันดาลใจจากความเชื่อและประเพณีในชุมชน ซึ่งการถ่ายทอดความรู้นี้จะทำผ่านการบอกเล่าและการลงมือปฏิบัติ (ภัทรวดี อัคลาและการุณย์ บัวเผื่อน, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (The World Tourism Organization (UNWTO), 2016) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวหมายถึงการเคลื่อนย้ายของบุคคลจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานในสถานที่ปลายทาง และระยะเวลาการท่องเที่ยวมักจะไม่เกิน 12 เดือน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลากหลาย เช่น การพักผ่อน การเรียนรู้ หรือการค้นพบวัฒนธรรมใหม่ ๆ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ หรือประสบการณ์ เป็นต้น และ วารุณี ประไพรเมือง (2565) กล่าวว่า การท่องเที่ยวยังสามารถรวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ เช่น การประชุมหรือการสัมมนา ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเดินทาง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากรายได้ โอกาส หรือความสนใจส่วนบุคคลที่ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยว โดยคาดหวังเชิงบวกในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ สำหรับฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560) การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ในลักษณะของการเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติไปยังสถานที่ต่าง ๆ อาจใกล้หรือไกล ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อมนุษย์มีเหตุจูงใจจึงก่อให้เกิดการเดินทางไปยังจุดหมายต่าง ๆ โดยแรงจูงใจนั้น ประกอบไปด้วย ความต้องการทางกายภาพเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการเรียนรู้ในศิลปะวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม รวมถึงประเพณีต่าง ๆ ความต้องการพบปะผู้คน อาจเป็นเพื่อนหรือ ญาติพี่น้อง รวมถึงการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ และความภาคภูมิใจ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านฐานะและเกียรติภูมิให้สูงขึ้น โดยการศึกษา การประชุม สัมมนาและการติดต่อธุรกิจ ในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ตามที่ Buhalis (2000) และ Pelasol et al. (2012) กล่าวถึงการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรธรรมชาติหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากมนุษย์, การเข้าถึง (Accessibility) ที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคม, สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่รองรับกิจกรรมต่าง ๆ, ที่พัก (Accommodation) สำหรับนักท่องเที่ยว, กิจกรรม (Activities) ที่สามารถทำในแหล่งท่องเที่ยว, และบริการเสริม (Ancillary Service) ที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น บริการธนาคารหรือไปรษณีย์เป็นต้น

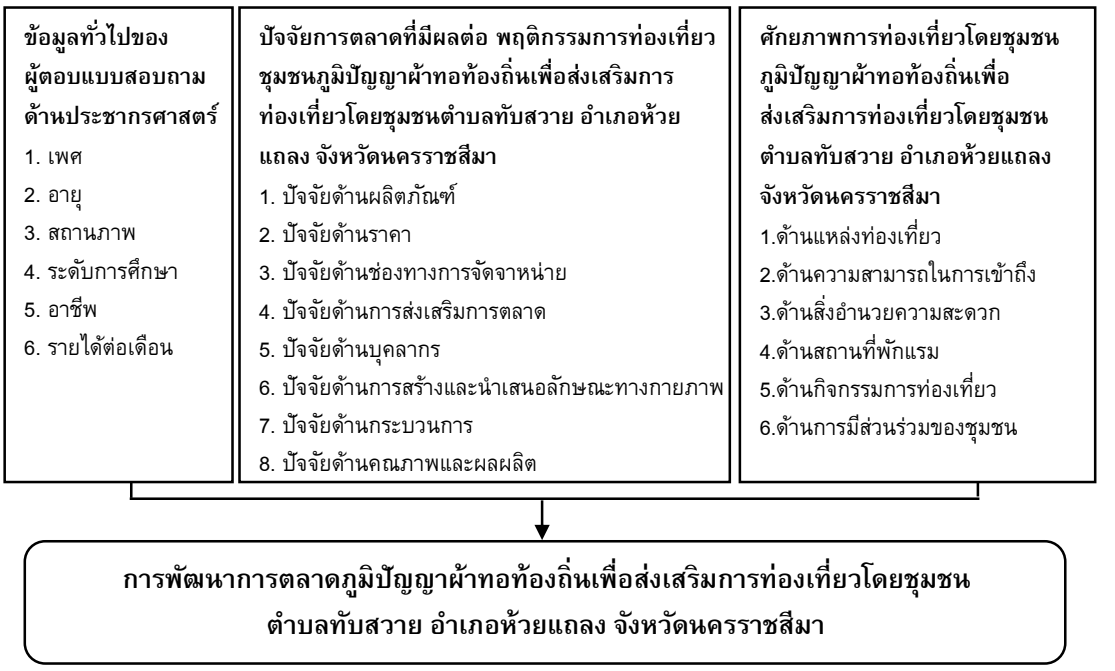
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวคิดที่มีการมีส่วนร่วมจากทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีพื้นฐานจากการเดินทางที่เริ่มต้นจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีเหตุผลและแรงกระตุ้นที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวจะเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นนั้นจะเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการดำเนินงานของชุมชน รวมถึงการร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว (Park &

Leiper, 2010) การมีส่วนร่วมนี้เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการเรียนรู้ร่วมกันและการประชุมตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Cooper & Hall, 2008) อย่างไรก็ตาม Aderhold (2011) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า แม้จะมีการแสวงหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่บางครั้งผลประโยชน์เหล่านั้นกลับไม่ถึงมือชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของนักท่องเที่ยวที่สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง ทำให้การตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่เพิ่มขึ้น

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์ค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยและสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี

วิธีการศึกษา

การวิจัยการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและผู้อุปโภคภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8P's) และปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาโดยมีรายละเอียดขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและผู้อุปโภคภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 56,985 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) โดยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% (ระดับความเชื่อมั่น 0.05) โดยการใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1973) จึงได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 5 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พักแรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ จากมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert, 1967) ซึ่งกำหนดไว้เป็นแบบให้เลือกตอบ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย, น้อยที่สุด โดยการให้คะแนนความต้องการจะเรียงจากมากไปน้อย คือ 5,4,3,2,1 ตามลำดับ โดยสามารถแปลผลจากค่าเฉลี่ยตามวิธีการของ (Best, 1977) ดังนี้ 4.20-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 3.40-4.19 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นมาก, 2.60-3.39 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นปานกลาง, 1.80-2.59 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย, 1.00-1.79 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและอุปโภคภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นคำถามที่ให้คำตอบแบบมาตราส่วนปริมาณค่า (Rating Scale) โดยใน แต่ละข้อคำถามจะมีคำ

ตอบที่ให้เลือก 5 ระดับ (Likert, 1967) คือ 5 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก, 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย, และ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะให้ข้อแนะนำในการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาต่อไป

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) มีค่าเท่ากับ 0.87 มากกว่า 0.50 ถือเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient alpha) (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.967 โดยผลของค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาที่ได้อยู่ในช่วงถือว่ายอมรับได้ (Nunnally, 1987)

การเก็บรวบรวมข้อมูล การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการศึกษาวิจัยตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม 2567 ถึง มีนาคม 2568 โดยผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามโดยมีจำนวนเท่ากับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการวิจัย และดำเนินการลงพื้นที่ด้วยตัวเองในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและอุปโภคภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดกลุ่มภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติพื้นฐานหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการใช้สถิติเชิงอนุมานหรือเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้สถิติการทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็น รายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe, 1959) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้เข้าร่วมการวิจัย การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มว.จ. 008 เลขที่หนังสือรับรอง 156/2567 จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล และผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ผู้เข้าร่วมศึกษาได้ทราบ และเมื่อกระบวนการวิจัยสิ้นสุดผู้วิจัยจะดำเนินการลบหรือทำลายข้อมูลทันที สำหรับผลการศึกษาจะนำเสนอเป็นภาพรวมและนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา มีผลการศึกษาการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม ในการศึกษาการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.58 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปีคิดเป็นร้อยละ 44.57 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 45.34 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 49.85 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต รายละเอียดแสดงตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาโดยรวม(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.36	0.50	มาก	1
2. ปัจจัยด้านราคา	4.23	0.51	มาก	2
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.98	0.59	มาก	5
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93	0.63	มาก	7
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.07	0.58	มาก	3
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	4.01	0.55	มาก	4
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.97	0.61	มาก	6
8. ปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต	3.83	0.64	มาก	8
รวม	**4.05**	**0.57**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.05) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{x}$=4.36) รองลงมา ปัจจัยด้านราคา ($\bar{x}$=4.23) ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{x}$=4.07) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ($\bar{x}$=4.01) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}$=3.98) ปัจจัยด้านกระบวนการ ($\bar{x}$=3.97) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$=3.93) และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ($\bar{x}$=3.83) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว รายละเอียดแสดงตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ระดับศักยภาพด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.12	0.53	มาก	2
2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง	3.98	0.61	มาก	5
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.05	0.57	มาก	4
4. ด้านสถานที่พักแรม	3.79	0.63	มาก	6
5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	4.21	0.49	มาก	1
6. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	4.10	0.52	มาก	3
รวม	**4.04**	**0.59**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 ผลการแสดงความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{x}$=4.04) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านเรียงตามลำดับตามศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{x}$=4.21) รองลงมา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$=4.12) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ($\bar{x}$=4.10) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}$=4.05) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{x}$=3.98) และด้านสถานที่พักแรม ($\bar{x}$=3.79) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8P's) ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว p - value					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	0.636	0.747	0.743	0.181	0.180	0.092
2. ปัจจัยด้านราคา	0.009*	0.973	0.081	0.506	0.072	0.014*
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.381	0.465	0.005*	0.010*	0.989	0.074
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.198	0.239	0.079	0.178	0.782	0.058
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	0.054	0.245	0.372	0.221	0.990	0.987
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	0.072	0.035*	0.785	0.727	0.133	0.218
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.828	0.114	0.429	0.051	0.743	0.223
8. ปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต	0.997	0.031*	0.061	0.506	0.453	0.003*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05(p-value <0.05)

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน เพศ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน อายุ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน การศึกษา ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้านอาชีพ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน รายได้ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิต แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลการศึกษาการวิจัยได้ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาที่มีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมา ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพและผลผลิตตามลำดับ โดยการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 8P's มากำหนดกลยุทธ์การตลาดของภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีปริมาณลดลง ชุมชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยวและขาดรายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าทอผ้าไหมของท้องถิ่น โดยหากสามารถส่งเสริมหรือพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีการกระจายตัวและทำให้เกิดเครือข่ายแล้วก็จะเป็นการถักทอไปสู่เศรษฐกิจของภูมิภาคและเศรษฐกิจของชาติในลำดับต่อไป และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชนเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่อนุรักษ์สืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นต่อไปอย่างยั่งยืน โดยสอดคล้องกับ อลิศรา ธรรมบุตร และคณะ (2564) ที่ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือของจังหวัดสุรินทร์ และนำแนวทางส่วนประสมทางการตลาด 8P's มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถติดต่อได้ทั้งช่องทางออนไลน์ และช่องทางออฟไลน์ ส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการสร้างความแข็งแกร่งของตลาดภายในชุมชน ฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะในการขายและการบริการ สร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ของศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนและผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าไหมให้โดดเด่นมีระบบด้านการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภายในชุมชนพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนต่อไป และยังสอดคล้อง ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์ และคณะ (2565) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เห็นว่าการบริการชองคนในชุมชนท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ผ้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน มีกระบวนการทอผ้าซึ่งเป็นการทอมืออย่างประณีต ใส่ใจทุกขั้นตอน โดยใช้ทักษะและความชำนาญการของคนในชุมชน ซึ่งได้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สำหรับเนื้อผ้ามีการย้อมสีจากธรรมชาติโดยผ้าทอที่ได้ออกมาจะมีความสวยงาม และปลอดภัยไร้สารเคมี ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีให้เลือกอย่างหลากหลายตามต้องการ ผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม เห็นว่า สินค้าง่ายต่อการดูแลรักษา และสะดวกต่อการทำความ

สะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งาน สินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน และลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สำคัญผ้าได้มีการย้อมสี ธรรมชาติ และยังสอดคล้องกับ ธนภร จรูญนิมมาน (2566) ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าสู่ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดชุมพร พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดบริการในจังหวัดชุมพร พบว่ามีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญ พบว่า ด้าน ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทาง กายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านกิจกรรม ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านคู่ค้าตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญในด้านกลยุทธ์การตลาดบริการ เนื่องจากลูกค้าทุกคนปรารถนาที่จะได้รับสิ่งที่คุ้มค่ากับตนเอง และต้องการสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตนเอง ธุรกิจจึงจำเป็นต้องนำเสนอ กลยุทธ์การตลาดบริการ เพื่อสื่อสารและกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิด ความต้องการซื้อสินค้าและบริการ สอดคล้องกับแนวความคิด ของ Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด กลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไปการที่ธุรกิจบริการจะสามารถเอาชนะคู่แข่งขัน และรักษาความเป็นเลิศในการให้บริการที่ประทับใจลูกค้าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมด้านการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดทุกองค์ประกอบอยู่เสมอ

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าจากการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ได้นำประเด็นสำคัญที่พบจากผลการวิจัยเพื่ออภิปรายผล ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกด้านและเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านเรียงตามลำดับตามศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวมีศักยภาพมากเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านสถานที่พักแรม ตามลำดับ โดยชุมชนตำบลทับสวายมีศักยภาพทางประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นชุมชนมีเอกลักษณ์ของงานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าทอของท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน และมีแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน มีจุดเด่นคือ ชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชนมีอาชีพทอผ้าไหม ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากการสืบทอดอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าไหมด้วยการเอาเส้นไหมมาทอเป็นผืนผ้าสำหรับตัดเย็บเพื่อสวมใส่ในโอกาสสำคัญ ๆ เช่น ไปทำบุญที่วัด งานบุญประเพณีต่าง ๆ ถือเป็นอาชีพเสริมที่ทำหลังการว่างเว้นจากการทำนากลับกลายมาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับครอบครัว และยังนำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกที่มีการสืบสานการทอผ้าไหมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าทอของท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน และมีการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้วัฒนธรรมการทอผ้าและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นเชิงการเรียนรู้และทางวัฒนธรรม สอดคล้อง ศิวาพร พยัคฆนันท์ และคณะ (2564) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ ตำบล

สวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านการสร้างการรับรู้คุณค่าของผ้าไหมทอมือ ด้านการจัดการข้อมูลเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว และด้านการสร้างการรับรู้คุณค่าของผ้าไหมทอมือของคนในชุมชนส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับ ฐิตาภา บำรุงศิลปะ (2564) ได้ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ โดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์มีความโดดเด่น ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารบ้านเรือน มีความสามารถเข้าถึงชุมชนหลายเส้นทาง ในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน มีคณะกรรมการบริหารชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น คนในชุมชนมีความเห็นว่าควรพัฒนาให้ชุมชนเป็นตลาดสร้างสรรค์และแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และยังสอดคล้องกับ Pelasol et al. (2012) กล่าวว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงศักยภาพองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ 1. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 2.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5. ที่พัก (Accommodation) และ 6.กิจกรรม (Activities) และสอดคล้องกับ Buhalis (2000) ได้อธิบายถึงศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ว่าองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A's คือ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2. การเข้าถึง (Accessibility 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) 5. กิจกรรม (Activities) 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวชุมชนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน แสดงว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไม่มีอิทธิผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลทับสวาย อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับ โชคดี คู่ทวีกุล และชวลีย์ ณ ถลาง (2567) ที่ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ พบลักษณะประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างกัน แสดงว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์

ไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ Macdonald and Wilson (2016) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์เพื่อเป็นเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการทางข้อมูล เพื่อให้เกิดแรงจูงใจหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและแรงจูงใจหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจของนักท่องเที่ยวและยังสอดคล้องกับ เปมิกา ศรีสุกใส และสุเมธ ธุวดาราตระกูล (2565) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย พบว่าการประเมินพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ชุมชนควรจัดทำ Website ให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถเพิ่มข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยวภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และขาย Online ได้ เพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสินค้าทางอินเตอร์เน็ตได้และเข้าถึงได้ด้วยเว็บไซต์ของชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึง กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ที่จะช่วยกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.2 ชุมชนท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเรื่องของการออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้มีความหลากหลายและทันสมัยกับยุคปัจจุบันความทันสมัย มีความหลากหลาย เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว มีความ เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปนั้น

ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์จากผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตและผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ แต่ก็ยังมีผู้ผลิตในชุมชนอื่น ๆ และผู้บริโภคอีกจำนวนมากที่อยู่ในต่างอำเภอที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจจะมีกลยุทธ์ทางการตลาดหรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป จึงควรมีการศึกษาในพื้นที่อำเภออื่นที่มีลักษณะคล้ายกันเพื่อมาปรับใช้ในการพัฒนาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รับรู้ถึงข้อมูล ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัย สัญญาเลขที่ 1/2567(01) จากมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

งานวิจัยนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มว.จ. 008 เลขที่หนังสือรับรอง 156/2567

This research was funded from research contract number 1/2024(01) by Vongchavalitkul University, Fiscal Year 2024

This research has been certified for human research ethics. มว.จ. 008 Certification Number: 156/2567

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2567). สถิติและสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศรายจังหวัด นครราชสีมา ปี 2567. https://minister.mots.go.th/news/category/760

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์. (2565). การประเมินศักยภาพของสินค้าท้องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลือในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำท้องถิ่น. วารสารมนุษย์ศาสตร์วิชาการ, 29(2), 36-50

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ.http://datawarehouse.dbd.go.th//bdw/search/seach2.html

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2564). วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น. รุ่งศิลป์การพิมพ์.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2566). รายงานประจำปี 2566 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ส่วนยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560). การวิจัยการท่องเที่ยว: หลักการสู่การปฏิบัติในมุมสะท้อนสังคม. วารสาร บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 12(1), 1-5.

โชคดีคู่ทวีกุล และชวลีย์ณ ถลาง. (2567). การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์. วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 2(2), 54-65.

โชติอนันต์ พฤทธิ์พรชนน. (2560). การสื่อสารการตลาดครบวงจร. http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/341-imc-integrated-marketing-communication.html.

ฐิตาภา บำรุงศิลปะ. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม,3(2), 79-94.

ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์ กรวิก พรนิมิต และรุ่งทรัพย์ ราษฎร์นิยม. (2565). การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้ากี่คำหมู่บ้านน้ำหลงอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ ปริทรรศน์, 5(1), 39-52.

ธนภร จรูญนิมมาน. (2566). กลยุทธ์นวัตกรรมบริการและการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธุรกิจ ที่พักแรมในจังหวัดชุมพร. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 9(2), 21-33.

ธมนพัชร์ ศรีษะพลภูสิทธิ, วิทยาธร ท่อแก้วและกมลรัฐ อินทรทัศน. (2564). รูปแบบการสื่อสารในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มทอผ้าไหมยกทองจันทร์โสมา จังหวัดสุรินทร์. วารสารสังคมศาสตร์และ มานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(1), 100-117.

เปมิกา ศรีสุกใส และสุเมธ ธุวดาราตระกูล. (2565). การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย. วารสารรัชตภาคย์, 17(51), 51-68.

พรสุดา ปานเกษม. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัดสุชาดาการยาง. ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี.

พลอย แย้มเสนาะ. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาด.https://sites.google.com

ภัทราพร สิทธิฉัตรทอง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ภัทรวดี อัคลาและการุณย์ บัวเผื่อน. (2558). วิธีการอนุรักษ์ผ้าไหมมัดหมี่ของชาวบ้านห้วยแคน อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสหวิทยาการวิจัย:ฉบับบัณฑิตศึกษา, 4(2), 95-101.

วารุณี ประไพรเมือง. (2565). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงพุธวิถีใหม่ New Normal. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 7(3), 396-408.

ศิวาพร พยัคฆนันท์, อัครเดช สุพรรณฝ่าย, พรรณนิการ์ กงจักร, พุฒิพงษ์ รับจันทร์, อาภาพร บุญประสพ และรุจิเรศ รุ่งสว่าง. (2564). การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. วารสารธรรมศาสตร์, 40(2), 130-156.

สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2567). แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมาระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570). สืบค้นจาก https://www2.nakhonratchasima.go.th/ebook_strategy

สุธิดา ราศรี, ตระกูล จิตวัฒนากร, ประภาศรี เหิกขุนทด และกนกกร เกิดเงิน. (2563). ส่วนประสมการตลาดบริการของหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ผ้าไหมไทย นวัตวิถี กรณีศึกษา : บ้านตะเดียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(3), 219-232.

องค์การบริหารส่วนตำบลทับสวาย. (2567). สภาพทั่วไปและความเป็นมาของตำบลทับสวาย.https://www.tapsawai.go.th/condition

อลิศรา ธรรมบุตร, พัชราวรรณ อาจหาญ และทัศนียา นิลฤทธิ์. (2564). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์. วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, 2(2), 1-13.

Best, J. W. (1977). Research in Education. Englewood Cliffs, New Jersy: Pretice Hall.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. Tourism Management, 21(1), 97-116.

Aderhold, P. (2011). Community Based Tourism in Sustainable Tourism Development. Journal Great Potential with Risk/Contours (in focus), 21(2), 109-118.

Cooper, C., & Hall, M. C. (2008). Contemporary Tourism: An International Approach. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers.

Kotler, P.,& Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). Marketing Management(14th ed.). Upper Saddle River, N.J.:Pearson Education.

Likert, R. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale,” in Attitude Theory and Measurement. New York: Wiley & Son.

Lovelock, C. H., & Wright, L. (2002). Principles of Service Marketing and Manangement. New Jersey: Pearson Education.

Mcdonald, M., & Wilson, H. (2016). Marketing Plan (8thed.). England: Wiley.

Nunnally, J. C. (1987). Psychometric theory (2nd ed.). New York: NY: McGraw-Hill.

Park, S-Y., & Leiper, N. (2010). Skyscrapers' influence on cities' roles as tourist destinations. Current Issues in Tourism, 13, in press.

Pelasol, M. R. J., Toyoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K. &Lahayhay, C. (2012). Destinations in the Southern Part of Iloilo, Philippines. JPAIR Multidisciplinary Research, 8(1), 90–97.

Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). Consumer Behavior and Marketing Strategy. McGraw-Hill Irwin.

Rovinelli, R.J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Dutch Journal of Educational Research, (2), 49-60.

Scheffe, H. (1959). The analysis of variance (6th ed.). New York: Jonh Wiley & Sons.

The World Tourism Organization (UNWTO). (2016). World's Top Tourism Destinations. UNWTO Tourism Highlights. UNWTO Publications.

Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory statistics (2nded.). New York: Harper & Row.