

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน  
กรณีศึกษา วัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา  
Guidelines for the promotion of cultural tourism with the participation of the  
community. A case study of Dhammachrak Semaram,  
Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province

จิตนภา สมบูรณ์ศิลป์<sup>1</sup>, กองแก้ว สิริศิริ<sup>2</sup>, ขวัญชนก รักษาสุวรรณ<sup>3</sup>, พริศรา ภาวจันทัก<sup>4</sup>,  
ลักษมี แก้วบัว<sup>5</sup> และ ศราดา หลายวิจิตรไพบูลย์<sup>6</sup>

Jitnapa Somboonsilp<sup>1</sup>, Kongkaeo Sittisri<sup>2</sup>, Kwuanchanok Raksasuwana<sup>3</sup>,  
Paritsara Phawchantuke<sup>4</sup>, Laksamee Kaewbua<sup>5</sup> and Sarada Laivijitpaiboon<sup>6</sup>

### ABSTRACT

The purpose of this researching is learning about the environmental, the obstruction and solutions to promote cultural tourism at ThamachakSimaram pagoda which is located in SungNern district, Nakhon Ratchasima province. This project was joined by the people in the community by divided into two groups are 1. General information group 2. Group of knowledge and the operators that have 100 people. These samples were selected by sampling and the data collection through observation and survey about the environmental and the administration around the pagoda. In the aim to gain more information we used both of structured and unstructured interviews. Moreover, we also had the group meeting in purpose to discuss about the project. We analyzed and summarized data by using the computer to calculate. For the statistical data were analyzed by using SPSS/PC program and for the descriptive data were analyzed basing on the qualitative research.

According to the researching, the most marketing promotions at ThamachakSimaram pagoda had the least interest of the attraction was moderate ( $\bar{x}$  = 4.18, S.D.=0.66) and the minimal interest in a variety of activities was moderate ( $\bar{x}$  = 3.18, S.D. = 0.89). Most of the participants in the community had the most participation on the promotion, the value, conservation and development of the pagoda had the moderate ( $\bar{x}$  = 3.98, S.D.=0.71). The participants pay least attention for the problems which happened in the pagoda that had moderate ( $\bar{x}$  = 2.96, S.D.=1.19). For about the information related to the promotion of the pagoda were shearing through the social media, websites was moderate ( $\bar{x}$  = 3.88, S.D.=0.87) and for the frequency of receiving the information of this pagoda was moderate ( $\bar{x}$  = 3.16, S.D. = 0.99). Throughout the promotion of these three aspects above had both advantages and improvement. Because of this, we were further collected more qualitative data such as 1. The problems of the marketing of tourism in the community were faced with the label of the pagoda was not diversified. So the labeled of the information of the pagoda should be large and put along the railway station both

inbound and outbound, follow the station through the station especially SungNern station and the entrance of the pagoda in purpose the make the attraction. Furthermore, the authorities and the local guides should be developed themselves more and more in order to welcome all the kinds of tourists. 2. Community participation, the problem was about the less participation from the people around there. ThamachakSimaram pagoda was controlled directly under the supervision of the Fine Arts Department that made the local people had less involve and lack of cooperation in the development between the government and public sectors. For the solution, there should have the sponsors both public and private sectors to support the budget to develop the pagoda. 3. The information, the problems that faced were about the lack of caretaker of the social media channel has little publicity. The solution, we should make the media to publish and promote more widely and have the directly responsible people in the media to create a continuity. Furthermore, we should make the infrastructure context adjustment such as the streets, walkways and the parking. Moreover, in the pagoda, there should have a variety of interesting activities to attract tourists. We should motivate the people in the community to participate in the development of the pagoda in order to make this pagoda, ThamachakSimaram, to become a cultural tourist that has more potential which could attract all kind of group of tourists.

Keywords : promotion, cultural tourism, participation

---

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยว <sup>23456</sup> นักศึกษาหลักสูตรการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์ และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา 30000

<sup>1</sup> Lecturer: Integrated Tourism <sup>23456</sup> Student: Integrated Tourism Faculty of Science and Liberal Arts: Ratjamagala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปบริบทพื้นที่ อุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพื่อให้ได้แนวทางข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป 2. กลุ่มผู้รู้และผู้ปฏิบัติ รวมทั้งหมด 100 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มและเจาะจง ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสังเกต และสำรวจสภาพทั่วไปบริบทพื้นที่บริเวณรอบวัดธรรมจักรเสมาราม โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแบบไม่มีโครงสร้าง และแบบประชุมกลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณ ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC ตามแบบการวิจัยเชิงปริมาณ และวิเคราะห์เชิงพรรณนาข้อมูลอย่างละเอียดตามแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมด้านการตลาดส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ความน่าสนใจของวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.18, S.D.=0.66) สนใจน้อยที่สุดในเรื่องความหลากหลายของกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.18, S.D.=0.89)ด้านการส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือมากที่สุดด้านตระหนักรู้คุณค่าร่วมอนุรักษ์และพัฒนาวัด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.98, S.D.=0.71) น้อยที่สุดในเรื่องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในวัด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.96, S.D.=1.19) และด้านการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ด้านการเข้าถึงวัดธรรมจักรเสมาราม เช่นจากทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ต่างๆมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D.=0.87) น้อยที่สุดเรื่องความถี่ในการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของทางวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.16, S.D.=0.99) จากการส่งเสริมทั้ง 3 ด้านมีทั้งข้อดีและข้อควรปรับปรุง ซึ่งได้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติมสรุปได้ว่า 1. ด้านการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชน ปัญหาที่พบ ป้ายของวัดธรรมจักรเสมารามไม่มีความหลากหลาย แนวทางการแก้ไข ควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่เกี่ยวกับวัดธรรมจักรเสมารามบริเวณตามริมทางสถานีรถไฟ ทั้งขาเข้า-ขาออก ตามสถานีที่ผ่านสถานีรถไฟสูงเนิน และทางเข้าวัดให้เป็นที่น่าสนใจ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยว 2. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัญหาที่พบ วัดธรรมจักรเสมารามอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรโดยตรงซึ่งทำให้หน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดูแลวัดน้อยลง และทำให้ขาดความร่วมมือในการพัฒนาวัดระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน แนวทางการแก้ไข ควรมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาวัดธรรมจักรเสมาราม 3. ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาที่พบขาดผู้ดูแลช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลมีเดียการประชาสัมพันธ์น้อยไม่ต่อเนื่อง แนวทางการแก้ไข จัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น มีผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรงในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์จะทำให้เกิดความต่อเนื่อง และปรับบริบทโครงสร้างพื้นฐาน ตั้งแต่ถนนทางเดิน และลานจอดรถ ควรมีกิจกรรมภายในวัดธรรมจักรเสมารามให้หลากหลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือสร้างแรงจูงใจให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาวัดธรรมจักรเสมาราม เพื่อให้วัดธรรมจักรเสมารามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

คำสำคัญ : การส่งเสริม , การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม , การมีส่วนร่วม

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถสร้างรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจ และสังคมให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ถือเป็นกลไกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนั้นเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคม และมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556 : 2)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รัฐบาลได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเพื่อให้ทุกฝ่ายใช้รูปแบบเพื่อการช่วยกักตุนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศให้ฟื้นตัวในเวลาอันรวดเร็วที่สุด โดยเฉพาะการสร้างสมดุลของการพัฒนาของพื้นที่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้สู่ชุมชน (คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากจะได้รับความรู้ และประสบการณ์อันทรงคุณค่า และประทับใจแล้ว ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และร่วมอนุรักษ์ไว้ซึ่งเอกลักษณ์ความเป็นไทย ให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นระบบ เพื่อการกระจายรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่น เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน

จังหวัดนครราชสีมาเป็นหนึ่งในจังหวัดของภาคอีสานมีวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเต็มไปด้วยเรื่องราวประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมแหล่งศึกษาเรียนรู้แหล่งอารยธรรมที่น่าสนใจคือ การค้นพบหลักฐานทางโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ในเขตบริเวณอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเชื่อว่าบริเวณนี้เคยมีชุมชนโบราณยุคก่อนประวัติศาสตร์ตั้งอยู่ และยังคงเจริญรุ่งเรืองมาตลอดตั้งแต่สมัยทวารวดี คือ พระพุทธไสยาสน์อายุราว 1,300 ปี ซึ่งประดิษฐานอยู่ในวัดธรรมจักรเสมาราม เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ เป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรมโบราณสถาน และวัตถุโบราณต่างๆที่แฝงด้วยคติธรรมคำสอน และมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์สวยงาม ทั้งป่าไม้ และพืชผลทางการเกษตร (พรนิภา ฉะกระโทก : 2553 )

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจแหล่งโบราณสถาน ซึ่งสามารถรู้ข้อมูลเบื้องต้นพบว่าชาวบ้านส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เสนอปัญหาของการวิจัยกับกลุ่มชาวบ้าน ภายใต้การส่งเสริม 1. การส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว 2. การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ 3. การส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีปัญหาละเลยอุปสรรคอะไรบ้าง และมีแนวทางใดบ้างที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งทั้งเป็นการวางแผน และแนวทาง ในการบริหารจัดการของวัดธรรมจักรเสมาราม ให้มีการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศาสนาอย่างยั่งยืนสืบไป

## วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป และบริบทพื้นที่ของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อให้ได้แนวทางข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้เทคนิค (SPSS) การศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่วัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ด้วยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งได้ทำการศึกษาบริบทพื้นที่สภาพปัจจุบันปัญหาของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยนำหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการส่งเสริม 3 ด้าน คือ 1. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว 2. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3. ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ทางการตลาด 7p ประกอบด้วย Product , Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence and Presentation, Process มาวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม และชาวบ้านในชุมชนโดยการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ดี สร้างรายได้ให้เกิดขึ้น และการให้ชุมชนสร้างจิตสำนึกที่ดี เพื่อให้พื้นที่วัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา อยู่คู่ชาวสูงเนินและเป็น การสืบทอดพระพุทธศาสนาอย่างยั่งยืน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : วัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา คณะผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)และวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document) และข้อมูลภาคสนาม (Field study) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆของการวิจัยไว้ตามลำดับดังนี้

### 1. ประชากร

ประชากรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มภาครัฐและฝ่ายสงฆ์ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บข้อมูล โดยได้กำหนดประชากรไว้ทั้งหมด 100 คน

### 2. กลุ่มตัวอย่าง

แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รู้ คือ ปราชญ์ชาวบ้าน, ผู้ใหญ่บ้าน, และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มผู้ปฏิบัติ คือ เจ้าอาวาส, พระภิกษุ และมัคทายก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป และชาวบ้าน (ประชาชนในพื้นที่)

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเป็นเชิงปริมาณและคุณภาพโดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 คือ วิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไปและบริบทพื้นที่ของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัด นครราชสีมา
- ตอนที่ 2 คือ สํารวจปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การ ส่งเสริมด้านการตลาด การท่องเที่ยว การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน
- ตอนที่ 3 คือ ทราบแนวทางข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม โดย การมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ศาสตราจารย์ฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler. 2006) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริม (Promotions) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process)

แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทั้ง 3 ด้าน ซึ่งมีเกณฑ์การให้ค่าคะแนน

มากที่สุด	=	5	มาก	=	4	ปานกลาง	=	3
น้อย	=	2	น้อยที่สุด	=	1			

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย(Descriptive Statistic) ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของกัลยา วานิชย์บัญชา. (2545) โดยช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 –5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 อยู่ในระดับมาก ช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 อยู่ในระดับน้อย ช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 อยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบพรรณนาที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับต่อไป

### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยศึกษาสภาพทั่วไป บริบทพื้นที่ ปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ได้แนวทางข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมารามอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีดังนี้

#### 1. ข้อมูลบริบทพื้นที่ทั่วไปของวัดธรรมจักรเสมาราม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สำรวจสภาพพื้นที่และบริบททั่วไปของวัดธรรมจักรเสมาราม สรุปได้ดังนี้ วัดธรรมจักรเสมารามตั้งอยู่ในหมู่บ้านบ้านคลองขวาง ตำบลเสมา มีพื้นที่โดยรอบทำเกษตรกรรม บริเวณวัดมีเนื้อที่ 15 ไร่ กว้างประมาณ 550 เมตร ตั้งอยู่ห่างจากเมืองเสมามา ระยะทาง 500 เมตร มีที่จอดรถกว้างขวาง

สามารถรองรับได้เป็นจำนวนมาก มีห้องน้ำสะอาดแยกชายหญิงและคนพิการ มีต้นไม้และพืชพันธุ์ตามฤดูกาล มีศาลาไม้ขัดเงาเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์อายุราว 1,300 ปี ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ อุโบสถของวัดธรรมจักรเสมาราม สีของอุโบสถเป็นสีแดง และชาวมอไบเสมาล้อมรอบ ใช้ประกอบพิธีทางศาสนา เช่น พิธีเวียนเทียน อุปสมบท เป็นต้น ต่อมาเป็นศาลาประดิษฐานธรรมจักรศิลา บริเวณทางเข้ามีต้นไม้รอบตัวศาลา มีบรรยากาศร่มรื่น เย็นสบาย ช่างในประดิษฐานธรรมจักรศิลา สมัยทวารวดี เป็นลักษณะหินคล้ายลือเกวียน ทำจากศิลาแลงประดิษฐานอยู่ด้านซ้ายของอุโบสถ มีเครื่องคูดวงหยอดเหรียญทวยใบเซียมซี เมื่อได้ใบทำนายแล้ว ถ้าได้เรื่องดีนักท่องเที่ยวจะเก็บไว้ ถ้าเป็นเรื่องไม่ดีนักท่องเที่ยวจะเอาไปมัดที่ต้นไม้ด้านหน้าศาลา มีศาลาการเปรียญขนาดใหญ่ ไว้ประกอบพิธีทางศาสนา โดยมีพระลูกวัดและชาวบ้านเป็นผู้ดูแลบริเวณภูมิทัศน์โดยรอบ จะมีต้นไม้หายากต่างๆ เช่น ต้นสาละ เป็นต้นไม้ตามประวัติของพระพุทธเจ้า แสดงให้เห็นว่าวัดนี้เป็นวัดของชาวพุทธอย่างแท้จริง มีหินยุคโบราณตั้งอยู่ในสวนหย่อม แสดงถึงความเป็นสถานที่ประวัติศาสตร์มายาวนาน และมีร้านของฝากจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรของชาวบ้านอีกด้วย

## 2. ปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วม และด้านการประชาสัมพันธ์ของทางวัดธรรมจักรเสมาราม พบว่ามีจุดแข็งคือวัดมีความน่าสนใจ เพราะมีโบราณวัตถุที่สำคัญ คือ พระนอนหินทรายเก่าแก่อายุมากกว่า 1,300 ปี ภายในวัดมีความสะอาดเรียบร้อย ชาวบ้านให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของวัดเป็นอย่างดี จุดอ่อน คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ จำนวนบุคลากรของทางวัดมีไม่เพียงพอต่อการต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยว กิจกรรมภายในวัดไม่มีความหลากหลาย วัดธรรมจักรเสมารามอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรโดยตรงซึ่งทำให้หน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดูแลวัดน้อยลง และทำให้ขาดความร่วมมือในการพัฒนาวัดระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน ขาดผู้ดูแลช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ป้ายประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป โอกาส คือ กรมศิลปากรเข้ามาดูแลและสนับสนุนพระพุทธรูปไสยาสน์ มีหน่วยงานรัฐเข้ามาให้ความรู้ในด้านข้อมูลสถานที่ และการบริการนักท่องเที่ยวให้แก่ทางวัด ภาครัฐส่งเสริมเข้ามาช่วยพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในวัด ทางส่วนกลางได้ช่วยประชาสัมพันธ์การมาเที่ยวพระนอนหินทรายอายุมากกว่า 1300 ปีแต่ยังไม่เพียงพอ กิจกรรมของวัดปรากฏในปฏิทินกิจกรรมของจังหวัดด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม มีนักศึกษาเข้ามาทำวิจัย/รายงาน ทำให้วัดได้มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น และมีอุปสรรค คือภาคเอกชนไม่ได้เข้ามาให้การสนับสนุนพัฒนาวัด ไม่มีพื้นที่ในการติดป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่

## 3. แนวทางและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ตารางที่ 1 การส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว

ส่งเสริมด้านการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับ	ลำดับ
1. ความน่าสนใจของวัดธรรมจักรเสมาราม	4.18	0.66	มาก	1
2. ความประทับใจต่อวัดธรรมจักรเสมาราม	4.00	0.88	มาก	3
3. ความน่าสนใจของการโฆษณาประชาสัมพันธ์วัด	3.64	0.96	มาก	5
4. เครื่องสัการะบูชามีความหลากหลาย	3.48	0.90	มากที่สุด	9
5. วัดมีความสะอาดเรียบร้อย	4.06	0.91	มาก	2
6. กิจกรรมทำบุญของวัดมีความน่าสนใจ	3.52	0.88	มาก	7
7. มีจุดบริการให้ข้อมูลของวัดแก่นักท่องเที่ยว	3.50	1.01	มาก	8
8. ความหลากหลายของกิจกรรม	3.18	0.89	ปานกลาง	10
9. กิจกรรมของทางวัดมีการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.64	0.85	มาก	6
10. นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าในการมาเที่ยววัดธรรมจักรเสมาราม	3.98	0.93	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 1 พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ความน่าสนใจของวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.18, S.D.=0.66) รองลงมาวัดมีความสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.06, S.D.=0.91) รองลงมาความประทับใจต่อวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.00, S.D.=0.88) น้อยที่สุดด้านความหลากหลายของกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.18 , S.D.=0.89)

#### ตารางที่ 2 การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์

ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1.การเข้าถึงวัดธรรมจักรเสมาราม เช่นจากทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ ต่าง ๆ	3.88	0.87	มาก	1
2.การให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม	3.40	0.83	ปานกลาง	4
3.การประชาสัมพันธ์มีหลากหลายรูปแบบ	3.32	0.95	ปานกลาง	7
4.ความถี่ในการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของทางวัดธรรมจักรเสมาราม	3.16	0.99	ปานกลาง	10
5.ท่องเที่ยวได้รับการประชาสัมพันธ์ถึงวัดธรรมจักรเสมาราม	3.24	1.02	ปานกลาง	9
6.นักท่องเที่ยวได้รับการประชาสัมพันธ์ถึงพระพุทธรูปไสยาสน์	3.24	1.11	ปานกลาง	8
7.การประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องชัดเจน	3.42	1.03	มาก	3
8.ลักษณะของป้ายประชาสัมพันธ์มีความโดดเด่นและน่าสนใจ	3.36	1.04	ปานกลาง	6
9.ช่องทางการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม	3.46	1.05	มาก	2
10.ค้นหาข้อมูลง่ายสะดวกรวดเร็ว	3.38	1.12	ปานกลาง	5
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.80</b>	<b>ปานกลาง</b>	



จากตารางที่ 2 พบว่าส่วนใหญ่ได้รับการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ด้านการเข้าถึงวัดธรรมจักรเสมาราม เช่นจากทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D.=0.87) รองลงมาช่องทางการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.46 , S.D.=1.05) น้อยที่สุดเรื่องความถี่ในการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของทางวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.16, S.D.=0.99)

### ตารางที่ 3 การส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1.ตระหนักว่าคุณค่าร่วมอนุรักษ์และพัฒนาวัด	4.14	1.04	มาก	1
2.มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม	3.88	0.98	มาก	2
3.เคยมีส่วนร่วมในการทำจิตอาสา	3.74	1.02	มาก	3
4.ความถี่ของการเข้าร่วมทำกิจกรรมของวัด	3.50	1.19	มาก	4
5.มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของวัด	3.42	1.12	มาก	5
6.ความสามารถในการให้ข้อมูล	3.40	1.16	ปานกลาง	6
7.การมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม	3.14	1.35	ปานกลาง	10
8.การมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์	3.26	1.24	ปานกลาง	8
9.การมีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ	3.16	1.28	ปานกลาง	9
10.มีส่วนร่วมในการสนับสนุนงบประมาณ/วัสดุต่างๆในการพัฒนาวัด	3.32	1.31	ปานกลาง	7
<b>รวม</b>	<b>3.49</b>	<b>0.98</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 3 พบว่าส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือมากที่สุด ด้านตระหนักว่าคุณค่าร่วมอนุรักษ์และพัฒนาวัดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.14 , S.D.=1.04) รองลงมามีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.88,S.D.=0.98) น้อยที่สุดในเรื่องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมของวัดธรรมจักรเสมาราม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.14 , S.D.=1.35)

## การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's

จากการสรุปตารางโดยวิเคราะห์ตามหลักส่วนประสมการตลาด สรุปได้แต่ละส่วนดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ความน่าสนใจของวัดธรรมจักรเสมาราม คือพระพุทธรูปปางไสยาสน์ ก่อด้วยหินทรายที่มีความเก่าแก่อายุ 1,300 กว่าปี เป็นพระนอนขนาดใหญ่ และภายในวัดยังมีสถานที่เก็บธรรมจักรศิลาเก่าแก่ รวมถึงวัตถุโบราณ ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว จุดที่ควรปรับปรุงคือ ศาลาที่เก็บธรรมจักรศิลาควรปรับปรุงให้มีความโดดเด่น น่าสนใจมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 1 พระพุทธรูปปางไสยาสน์

2. ราคา (Price) นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าจากการเข้ามาท่องเที่ยวที่วัดธรรมจักรเสมาราม ในการได้เยี่ยมชมและกราบ ไหว้บูชาพระพุทธรูปปางไสยาสน์อันศักดิ์สิทธิ์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นคุณค่าทางจิตใจและเป็นสิริมงคลแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) วัดธรรมจักรเสมารามจะมีกิจกรรมการทำบุญไว้รองรับนักท่องเที่ยวไว้แล้วบ้าง กิจกรรมทำบุญของวัดมี ความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น การกราบไหว้ขอพรพระพุทธรูปปางไสยาสน์ การถวายสังฆทาน ส่วนจุดที่ควร ปรับปรุงคือการเพิ่มกิจกรรมการทำบุญให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

4. การส่งเสริม (Promotions) การเข้าถึงวัดธรรมจักรเสมารามมีช่องทางการเข้าถึงเพื่อหาข้อมูลได้ง่ายที่สุดคือ โซเชียลมีเดีย ส่วนจุดที่ควร ปรับปรุงคือเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ ป้ายบอกทางเริ่มจากถนนมิตรภาพฝั่งขาเข้า-ขาออก จนถึงวัด ธรรมจักรเสมาราม และเพิ่มการกระจายข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จากวัดธรรมจักรเสมาราม เช่นเทศกาลงานบุญ

5. บุคคล (People) บุคลากรในวัดมีความรู้ในเรื่องของข้อมูลเกี่ยวกับวัดธรรมจักรเสมารามและพระพุทธรูปปางไสยาสน์ มีการให้คำแนะนำและข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวอยู่บ้าง จุดที่ต้องปรับปรุงคือความร่วมมือกันของบุคลากรที่ควรให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง และมากพอแก่นักท่องเที่ยว

6. กายภาพ (Physical Evidence) บริเวณวัดธรรมจักรเสมารามมีความสะอาดเรียบร้อย จุดที่ต้องปรับปรุงคือ ภูมิทัศน์โดยรอบไม่ร่มรื่น ควรเพิ่มต้นไม้หรือสวนหย่อมเพื่อความร่มรื่น และสวยงาม ควรปรับปรุงทางเดินเท้าภายในวัดให้ดี และสะดวกต่อนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

7. กระบวนการ (Process) ภายในวัดธรรมจักรเสมารามอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรโดยตรงซึ่งทำให้หน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนร่วม ร่วมในการดูแลวัดน้อยลง และทำให้ขาดความร่วมมือในการพัฒนาวัดระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน แต่คนในชุมชนมีความตระหนักรู้คุณค่าวัดเป็นอย่างดี จุดที่ควรปรับปรุงคือการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการให้ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในวัดเพื่อหาทางแก้ไขต่อไป

## อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis, 7P's และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมและด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : วัดธรรมจักรเสมารามอำเภอสูงเนินจังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว มีจุดเด่นที่ความน่าสนใจของวัดธรรมจักรเสมาราม เพราะ มีพระนอนหินทรายเก่าแก่ อายุกว่า 1,300 ปีประดิษฐานอยู่ภายในวัด และอีกจุดเด่นคือเรื่อง ความสะอาดของวัด แต่มีจุดด้อยคือเรื่องการประชาสัมพันธ์ จึงมีความต้องการให้แก้ไขปรับปรุงในด้านนี้เพราะการ ประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การตลาดการท่องเที่ยวของวัดดีขึ้น และต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนา ภูมิทัศน์วัดให้มีความสวยงามมากขึ้น สอดคล้องกับ ธนภัทร สีตใส (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการปัจจัย ทางการตลาดการท่องเที่ยวชายแดน ณ ด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุดเพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้เป็นอย่างแรก ฉะนั้นจึงเป็นสิ่งที่ต้องการและจำเป็นมากที่สุด ส่วนด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ต้องการรองลงมาตามลำดับ

2. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมกับทางวัด ไม่ว่าจะเป็น การร่วมทำกิจกรรมต่างๆของวัดหรือการดูแลรักษาความสะอาดวัดแต่ส่วนมากจะเป็นผู้สูงอายุ ยังขาดความร่วมมือจากคนหนุ่มสาวในชุมชน ส่วนหน่วยงานท้องถิ่นไม่ค่อยมีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการดูแลและพัฒนาวัดมากนัก เพราะวัดธรรมจักรเสมารามอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรอยู่แล้ว ทำให้การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อวัดธรรมจักรเสมารามขาดความร่วมมือกันของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี” ซึ่งสรุปได้ว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ด้านการปฏิบัติการประชาชน ส่วนเรื่องการเสนอความคิด การวางแผน และการตัดสินใจ การแบ่งปันผลประโยชน์ การติดตามและประเมินผลมีส่วนร่วมรองลงมาตามลำดับ จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า ผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีส่วนมาจาก อายุการศึกษา และอาชีพ ส่วนเรื่องเพศ สถานภาพ และรายได้ ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

3. ด้านการประชาสัมพันธ์ ทางวัดควรได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นในทุกๆช่องทาง เพราะหากมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ก็จะช่วยให้ผู้คนรู้จักและเข้ามาที่วัดธรรมจักรเสมารามเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับ ดิภาหลัง สุขสกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี” สรุปได้ว่า จากการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว การรับข้อมูลข่าวสารส่วนมากทราบจากการประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 เดือน ต่อครั้ง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับส่วนใหญ่เป็นแผ่นพับรองลงมาเป็นสื่อบุคคล ส่วนมากจะเข้าชมเพียง 1 ครั้ง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ควรมีการพัฒนา 3 ด้าน คือ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านวิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์

สรุปได้ว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis, 7P's และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทั้ง 3 ด้านคือด้านการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมและด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษา : วัดธรรมจักรเสมารามอำเภอสูงเนินจังหวัดนครราชสีมา ยังมีส่วนที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม การปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ และการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาวัดธรรมจักรเสมารามให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

- 1.1 ควรเพิ่มกิจกรรมภายในวัดให้ หลากหลายและเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ
- 1.2 ควรมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุนพัฒนาวัดธรรมจักรเสมาราม
- 1.3 ควรมีการวางแผนพัฒนา เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการเสนอข่าวผ่านทาง สื่อป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน และเว็บไซต์มากขึ้น
- 1.4 ควรสนับสนุนในการเพิ่มนักท่องเที่ยวประจำท้องถิ่น หรือมีคฤหาสน์น้อยมากขึ้น เพื่อเล่าเรื่องราวที่ถูกต้องทางประวัติศาสตร์ของวัดธรรมจักรเสมาราม

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และแหล่งท่องเที่ยวรอง รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง อำเภอสูงเนิน จ.นครราชสีมา

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชปัญญา, 2546. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ธรรมชาติ.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). **ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และนนทบุรี**. มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ
- กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา. (2555). **การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมบุรี.
- คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)**
- ติกาหลัง สุขสกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง **การพัฒนารูปแบบการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี** : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ธนภัทร สีสดใส (2559) ได้ศึกษาเรื่อง **ความต้องการปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวชายแดน ณ ด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. วิทยาลัยการจัดการ : มหาวิทยาลัยพะเยา
- พรนิภา ฉะกระโทก. (2553). **สังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องเมืองเสมาศูนย์กลางของวัดโบราณแห่ง อาณาจักรศรีjanaสะในมิติประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : ที-บุ๊ก.
- เอกวินิต พรหมรักษา. (2558). **ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง**, สืบค้นวันที่ 9 มิถุนายน 2561.<http://promruca-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot2.html>
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall