

การพัฒนารูปแบบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ประเพณี รองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน ในจังหวัดลำพูน

Development of a Cultural and Traditional Tourism Supply Chain Management Model to Support Changing Behaviors in the New Normal for Sustainable Development Goals in Lamphun Province

¹อัญชลี หิรัญแพทย, ²วราห์ สารอินมุล, ³วีรเชษฐ์ มั่งแว่น และ ⁴ปาลิตา คำขวัญ

¹Anchalee Hiranphaet, ²Vara Sarainmoon, ³Weerachet Mangwaen and ⁴Palita Kamkhwan

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand.

E-mail: ¹anchalee.hi@ssru.ac.th, ²vara.sa@ssru.ac.th, ³weerachet.ma@ssru.ac.th, ⁴palita.ka@ssru.ac.th

Received September 13, 2025; Revised October 25, 2025; Accepted October 30, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีที่รองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมใหม่ของนักท่องเที่ยวเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบ ผสมวิธี โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบ ไม้ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการเลือกแบบสะดวก ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจาก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 7 คน ประกอบด้วยผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดลำพูน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ 2) แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของ Likert เพื่อวัดตัวแปรหลัก ได้แก่ ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ความสามารถในการปรับตัว และผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน และ 3) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัว โดยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การบริหารจัดการทรัพยากร การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การสื่อสารทางการตลาด และเครือข่ายชุมชน 2) ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3) ความสามารถในการปรับตัวเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี สุขอนามัย และความยืดหยุ่นในการจัดกิจกรรม และ 4) ความสามารถในการปรับตัวทำ

หน้าที่เป็น ตัวแปรส่งผ่าน ระหว่างปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับผลลัพธ์การพัฒนายั่งยืน ซึ่งช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยรวม

คำสำคัญ: โซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม; ความสามารถในการปรับตัว; พฤติกรรมการท่องเที่ยวในยุคความปกติใหม่; การพัฒนายั่งยืน

Abstract

This article aims to 1) study the causal factors of the cultural and traditional tourism supply chain that respond to changing tourist behaviors in the New Normal era, 2) analyze the influence of cultural and traditional tourism supply chain factors on sustainable development outcomes, and 3) propose strategic guidelines for developing the cultural and traditional tourism supply chain to align with the new behaviors of tourists in order to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs), using Lamphun Province as a case study. The study employed a mixed method of research design. Quantitative data were collected from 400 Thai tourists traveling in Lamphun Province, using non-probability sampling through the convenience sampling method. Qualitative data was obtained from seven key informants, including tourism entrepreneurs, community leaders, and government officials in Lamphun Province, through in-depth interviews. The research instruments included a demographic questionnaire, a five-point Likert scale questionnaire measuring key constructs such as cultural tourism supply chain factors, adaptive capacity, and sustainable development outcomes, and a semi-structured interview guide for qualitative data collection. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling (SEM), while qualitative data were analyzed through content analysis to identify themes and patterns supporting the quantitative findings.

The results revealed that cultural and traditional tourism supply chain factors had a positive influence on adaptive capacity, particularly through effective resource management, well-organized cultural activities, strategic marketing communication, and strong community networks. These factors also directly enhanced sustainable development outcomes in economic, social, and environmental dimensions. Adaptive capacity played a vital role in strengthening sustainability outcomes by promoting the use of appropriate technology, ensuring health and safety measures, and increasing flexibility in tourism activity planning. Moreover, adaptive capacity served as a mediating variable between cultural tourism supply chain factors and sustainable development outcomes, reinforcing the overall causal relationship between them. The findings suggest that an integrated and efficiently managed tourism supply chain, together with a high level of adaptive capacity, is a critical mechanism for advancing sustainable cultural tourism development in the New Normal context.

Keywords: Cultural Tourism Supply Chain; Adaptive Capacity; Tourist Behavior in the New Normal; Sustainable Development

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาอย่างยาวนาน โดยมีบทบาทสำคัญทั้งในการสร้างรายได้ การจ้างงาน การกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจไปยังภูมิภาคต่าง ๆ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในเวทีโลก ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ระบุว่า ประเทศไทยมักติดอันดับต้น ๆ ของประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนสูงต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้กลายเป็นหนึ่งในเสาหลักทางเศรษฐกิจที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญ (UNWTO, 2022) การท่องเที่ยวไทยไม่ได้มีความหมายเพียงในเชิงรายได้เท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และการกระจายประโยชน์สู่ชุมชนชนบทและพื้นที่ห่างไกล รัฐบาลไทยได้บรรจุประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาโดยตลอด เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ที่เน้นการสร้างความยั่งยืน การเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานราก และการใช้ประโยชน์จากศักยภาพวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติของไทย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) การท่องเที่ยวจึงถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักที่ช่วยยกระดับเศรษฐกิจของประเทศทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเสาหลักทางเศรษฐกิจที่สำคัญ แต่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมนี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเท่านั้น หากยังต้องอาศัย ระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Tourism Logistics) ที่มีประสิทธิภาพเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โลจิสติกส์การท่องเที่ยวครอบคลุมตั้งแต่การคมนาคมขนส่ง การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านบริการ การบริหารจัดการข้อมูล และการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยวทั้งหมด (Rodrigue, 2020) ประเทศที่มีระบบโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่ดีสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดโลกได้ เช่น ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัยของโครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของบริการที่ครบวงจร ในกรณีของประเทศไทย แม้ว่าจะมีชื่อเสียงด้านความงดงามของทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ยังคงเผชิญความท้าทายในการพัฒนาโลจิสติกส์ท่องเที่ยว เช่น ความแออัดในเมืองท่องเที่ยวหลัก ระบบขนส่งมวลชนที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และการบริหารจัดการการกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่จังหวัดรอง การบูรณาการโลจิสติกส์เข้ากับการจัดการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทยและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (Hall, 2019)

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งทำให้ภาคการท่องเที่ยวทั่วโลกหยุดชะงัก ประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบโดยตรง ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง รายได้จากการท่องเที่ยวที่หดตัว และผลกระทบต่อการทำงานในหลายภาคส่วน แม้ว่าปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเริ่มฟื้นตัว แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัย สุขอนามัย และความยืดหยุ่นของแผนการท่องเที่ยวมากขึ้น (Sigala, 2020) ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ เช่น การจองออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันติดตามสุขภาพ และการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการสื่อสารและการตลาด การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้ ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capacity) ของภาคการท่องเที่ยวกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและสร้างความยั่งยืนในอนาคต นอกจากนี้ การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism Supply Chain) เข้ากับการพัฒนาที่ยั่งยืนยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากร การสร้างเครือข่ายชุมชน การสื่อสารการตลาด และการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุค New Normal (Zhang & Murphy, 2021)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญในการศึกษากลไกเชิงสาเหตุที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสามารถในการปรับตัวในยุคความปกติใหม่ และผลลัพธ์การพัฒนาย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเชิงประจักษ์ผ่านการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางในพื้นที่วัฒนธรรมของไทย ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติขั้นสูง ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์และความสอดคล้องของตัวแปรต่าง ๆ งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ ซึ่งที่ผ่านมาแม้จะมีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการจัดการโซ่อุปทาน แต่ส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับแนวคิดเชิงทฤษฎีและขาดการพิสูจน์เชิงประจักษ์โดยตรง ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจะมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ขับเคลื่อนไปสู่ความยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจของประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี รองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัวต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคความปกติใหม่
2. ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลลัพธ์การพัฒนาย่างยั่งยืน
3. ความสามารถในการปรับตัวต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคความปกติใหม่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลลัพธ์การพัฒนาย่างยั่งยืน
4. ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลลัพธ์การพัฒนาย่างยั่งยืน โดยมีความสามารถในการปรับตัวต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคความปกติใหม่เป็นตัวแปรสื่อกลาง

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปดังนี้

การท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นแนวคิดที่ได้รับการผลักดันจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และสหประชาชาติ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างสมดุลระหว่าง มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “Triple Bottom Line” (Elkington, 1997; Hall, 2019). การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่ชุมชนในขณะเดียวกันก็ปกป้องสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อให้สามารถส่งต่อสู่คนรุ่นต่อไป (UNWTO, 2022). ในบริบทของประเทศไทย การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนถูกนำมาเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป้าหมายการพัฒนาที่

ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะในด้าน การจ้างงานที่มีคุณค่า (SDG 8), เมืองและชุมชนยั่งยืน (SDG 11), และการอนุรักษ์ระบบนิเวศ (SDG 15) (Gössling & Hall, 2019)

โซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism Supply Chain: CTSF) เป็นกรอบแนวคิดที่รวมกระบวนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างคุณค่าและประสบการณ์แก่ผู้บริโภค โดยองค์ประกอบหลักของ CTSF ได้แก่ (1) การบริหารจัดการทรัพยากร (Resource Management) (2) การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities) (3) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ซึ่งการสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัลไม่เพียงเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แต่ยังสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook Fanpage ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรและวัฒนธรรม (อัญชลี, 2566) และ (4) เครือข่ายชุมชน (Community Networks) (Zhang & Murphy, 2021)

Adaptive Capacity in the New Normal (ADA) การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้เปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและบังคับให้อุตสาหกรรมต้องมีความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capacity: ADA) ที่สูงขึ้น (Sigala, 2020). ADA หมายถึง ความสามารถขององค์กรหรือชุมชนในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ บริการ และนโยบายเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในมิติของการท่องเที่ยว ADA ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

- 1) Health and Safety Readiness – การสร้างมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (WHO, 2021)
- 2) Technology Utilization – การนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว QR-code และระบบ Big Data มาใช้ (Gretzel et al., 2020)
- 3) Flexibility of Tourism Plans – ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนแผนกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวตามสถานการณ์ (Hall et al., 2020)
- 4) Behavioral Adjustment – ความสามารถของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในการปรับพฤติกรรมเพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว (Prayag, 2020).

ผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Outcomes: SDO) เป็นเป้าหมายปลายทางของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Hall, 2019)

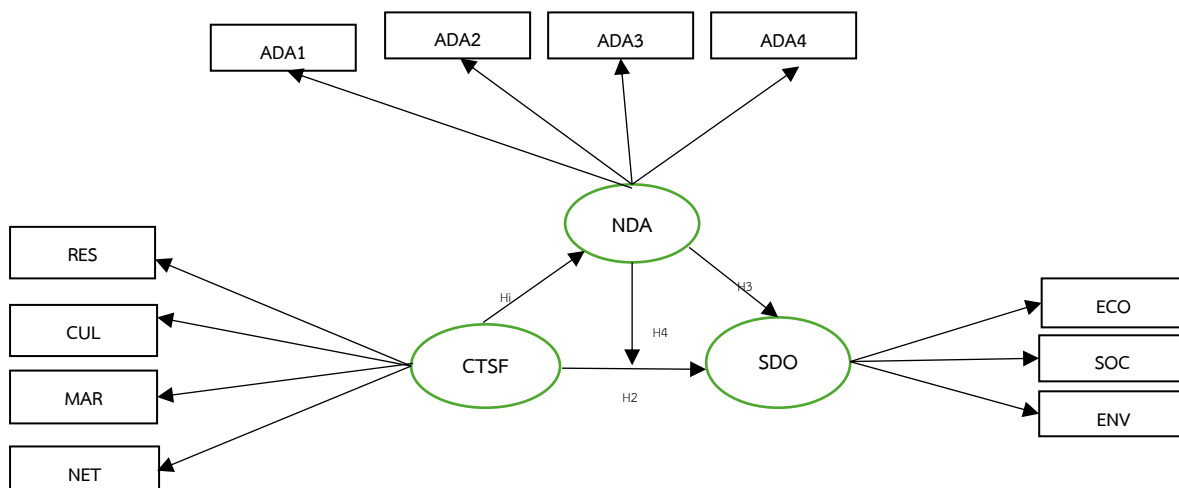
- 1) เศรษฐกิจ (Economic Outcomes): การท่องเที่ยวสร้างรายได้เพิ่มขึ้นแก่ท้องถิ่น เพิ่มการจ้างงาน และส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย (UNWTO, 2022).
- 2) สังคม (Social Outcomes): การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการสร้างอัตลักษณ์ที่ภาคภูมิใจ (Bramwell & Lane, 2011).
- 3) สิ่งแวดล้อม (Environmental Outcomes): การลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การจัดการขยะ มลพิษ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Gössling & Hall, 2019).

Application of Structural Equation Modeling (SEM) in Tourism Research การใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงได้อย่างแม่นยำ และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ งานวิจัยของ Hair et al. (2021) เน้นว่า SEM เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทดสอบสมมติฐานเชิงซับซ้อนที่ประกอบด้วยตัวแปรหลายมิติ โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวพันระหว่างปัจจัยเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการหลายมิติ ทั้งแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) ที่ครอบคลุมทรัพยากร กิจกรรม การตลาด และเครือข่าย ตลอดจนการเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัว (ADA) เพื่อตอบสนองต่อบริบทของยุค New Normal ปัจจัยเหล่านี้มีผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO) ในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดกรอบแนวคิดที่มุ่งทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง CTSF, ADA และ SDO โดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อยืนยันความสอดคล้องของโมเดลเชิงประจักษ์กับแนวคิดทางทฤษฎี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอนหลักประกอบด้วยขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณการเพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบของการพัฒนารูปแบบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี รองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน (SDGs) จังหวัดลำพูน จากนั้นใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อช่วยอธิบายและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น (Creswell, 2017) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือระดับองค์กรและมีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ตามรายงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ปี 2567 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมทั้งสิ้น 1,355,145 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน, 2567) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงแนวทางของ Hair et al. (2010; 2019) ที่แนะนำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 10–20 คนต่อตัวแปรสังเกตได้ ของตัวแปรแฝง เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ SEM มีความเสถียรและเชื่อถือได้ สำหรับงานวิจัยนี้มีตัวชี้วัดทั้งหมด 10 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำควรอยู่ที่ 120 คน และสูงสุดที่ 240 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดความเสี่ยงของความเอน

เอียง ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำและถือว่าเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ SEM ที่มีความซับซ้อนปานกลางถึงสูง (Hair et al., 2019)

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธี non-probability sampling แบบ convenience sampling โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีในจังหวัดลำพูน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร แม้ว่าวิธีนี้อาจมีข้อจำกัดเรื่อง bias แต่การเพิ่มขนาดตัวอย่างและการเก็บข้อมูลจากหลายแหล่งท่องเที่ยวช่วยลดข้อจำกัดดังกล่าวได้ หน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis): ระดับบุคคล (Individual level) คือนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ไม่ใช่ระดับองค์กรหรือชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บจากนักท่องเที่ยว 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไปแบบเลือกตอบ (Check List) และส่วนที่ 2 มี 3 ตอน เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (1967) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิดปัจจัยไขว่พานการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใหม่ของนักท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้คือ 1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นำข้อแก้ไขมาปรับปรุงข้อคำถามหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยพบว่าคำถามทุกข้อมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามคำแนะนำของ (Hair et al., 2010) และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มจริง จำนวน 30 คน พบว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) เท่ากับ .85 และค่ารายด้านอยู่ระหว่าง .84 – .89 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 ที่แนะนำโดย Hair et al. (2010)

3. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยประเมินความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ค่า χ^2/df , CFI, RMSEA และ SRMR ตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การกำหนดผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) และตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยวิธีการคัดเลือกด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจงร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์เพราะสามารถตีความหมายได้เป็นอย่างดี (ชาย โพธิ์สิตา, 2564) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 7 คน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ผู้มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

2. เครื่องมือ

ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อเป็นแนวทางสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยาที่เน้นการหาความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้น โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่ได้ประสบมาเป็นหลัก (ชาย โพธิ์สีตา, 2564)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเผชิญหน้าและออนไลน์ (ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล) มีการบันทึกเสียงและจดบันทึก พร้อมทั้งขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลอย่างเป็นทางการ ทำหนังสือขออนุญาตหน่วยงานพร้อมกับแจ้งให้หน่วยงานรับทราบ นัดวันเวลาที่จะเชิญผู้ให้ข้อมูลร่วมสนทนากลุ่มเฉพาะ บันทึกเสียงคำสนทนาพร้อมกับจดบันทึกรายละเอียดผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ไม่มีการอ้างชื่อผู้ให้ข้อมูลเพียงแต่ระบุเป็นข้อมูลจากกลุ่มสนทนาใดผู้ให้ข้อมูลลำดับที่เท่าใด เป็นต้น

4. การตรวจสอบการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

- 1) การตรวจสอบการตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้เกณฑ์ของ Lincoln & Guba (1985) ได้แก่ Credibility: การตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล (member check)
- 2) Transferability: บรรยายบริบทการวิจัยอย่างละเอียด
- 3) Dependability: ตรวจสอบความสอดคล้องของการวิเคราะห์กับเพื่อนนักวิจัย (peer debriefing)
- 4) Confirmability: เก็บบันทึกการวิจัยอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา มุ่งทำความเข้าใจประสบการณ์และการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา เป็นแนวทางในการศึกษามุ่งตีความเพื่อทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์โดยผ่านกระบวนการรวบรวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเข้มงวดในการวิเคราะห์และการตีความ โดยมีการกลั่นกรองอย่างมีระบบ (ชาย โพธิ์สีตา, 2564) การสร้างความเชื่อถือของข้อมูลโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนำมาสร้างข้อสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา รหัสหนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์หมายเลขการรับรอง COE. 2-252/2025

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลาย โดยกลุ่มอายุสูงกว่า 50 ปี มีจำนวนมากที่สุด 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ซึ่งมีจำนวนเท่ากันที่ 94 คน หรือร้อยละ 23.50 ขณะที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 20-30 ปี มีจำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.75) และ 45 คน (ร้อยละ 11.25) ตามลำดับ ในด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มพนักงานบริษัทมีจำนวนมากที่สุด 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพอิสระ 119 คน

อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี รองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน

ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ที่พัฒนาขึ้นพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ แม้ว่าค่า Chi-square (χ^2) = 1624.87 จะมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ซึ่งมักเกิดขึ้นเป็นปกติในงานที่ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ แต่เมื่อพิจารณา ร่วมกับค่าดัชนีอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ พบว่าโมเดลมีความเหมาะสม โดยค่า Relative Chi-square (χ^2/df) = 2.18 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 3.0 แสดงถึงความสอดคล้องที่ดี ทั้งนี้ค่า Goodness of Fit Index (GFI) = 0.92 และ Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.90 สะท้อนว่าโมเดลสามารถอธิบายข้อมูลได้ดีและมีการปรับความเหมาะสมตามความซับซ้อนของโมเดล

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness-of-Fit Indices)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
Chi-square: χ^2	> 0.05	1624.87 ($p < 0.001$)	มีนัยสำคัญ แต่ยอมรับได้เพราะขึ้นกับขนาดกลุ่มตัวอย่าง
Relative Chi-square: χ^2/df	< 3.00	2.18	ผ่านเกณฑ์
Goodness of fit index: GFI	> 0.90	0.92	ผ่านเกณฑ์
Adjusted Goodness of Fit index: AGFI	> 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
Tucker-Lewis Index: TLI	> 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
Comparative Fit Index: CFI	> 0.90	0.95	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Residual: RMR	> 0.05	0.044	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA	> 0.08	0.055	ผ่านเกณฑ์

แนวทางพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี รองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่เพื่อเป้าหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดลำพูน

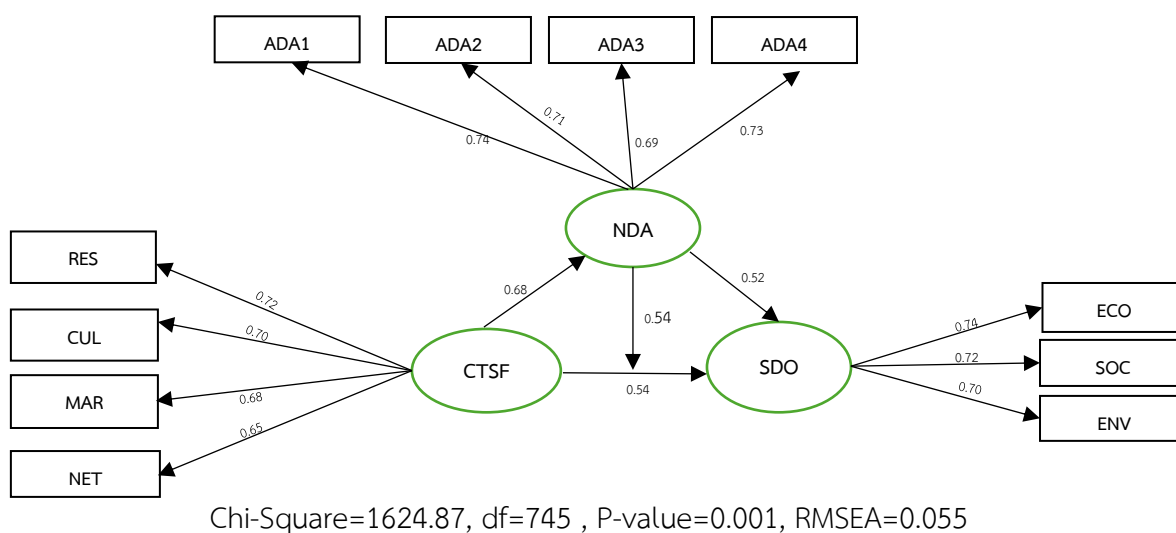
ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล พบว่า ค่า Chi-square (χ^2) = 1624.87 แม้จะมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มักเกิดขึ้นในกรณีที่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก แต่เมื่อพิจารณา ร่วมกับดัชนีอื่น ๆ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า χ^2/df = 2.18 อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แสดงถึงความเหมาะสมของโมเดล ขณะที่ดัชนี GFI = 0.92, AGFI = 0.90, TLI = 0.94 และ CFI = 0.95 ล้วนมีค่ามากกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (> 0.90) บ่งชี้ว่าโมเดลมีคุณภาพในเชิงการอธิบายข้อมูล นอกจากนี้ค่าความคลาดเคลื่อนเฉลี่ย RMR = 0.044 และ RMSEA = 0.055 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (< 0.05 และ < 0.08 ตามลำดับ) แสดงว่าโมเดลมีความคลาดเคลื่อนต่ำ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างเพียงพอ สรุปได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี และสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และรวม ของโมเดลสมการโครงสร้าง

ตัวแปรตาม	R2	อิทธิพล	ตัวแปรต้น		
			CTSF	ADA	SDO
ADA	0.46	DE	0.68***	-	-
		IE	-	-	-
		TE	0.68***	-	-
SDO	0.52	DE	0.21**	0.54***	-
		IE	0.37***	-	-
		TE	0.58***	0.54***	-
CTSF		DE	-	-	-
		IE	-	-	-
		TE	-	-	-

หมายเหตุ : DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct effect), IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect), TE หมายถึง อิทธิพลรวม (Total effect), เครื่องหมาย - หมายถึง ไม่มีเส้นพารามิเตอร์ตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ยืนยันว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDO) ผ่านความสามารถในการปรับตัว (ADA) และโมเดลที่พัฒนาขึ้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายและการจัดการจริง



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์

จากภาพที่ 2 (แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ผ่านการทดสอบ) และตารางที่ 4 (อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE)) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยในโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัวต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค New Normal (ADA) ผลการวิเคราะห์พบว่า CTSF $\rightarrow$ ADA มีอิทธิพลทางตรง ($\beta = 0.68$, $p < .001$) ในระดับสูงและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการทรัพยากร

กิจกรรมวัฒนธรรม การสื่อสารการตลาด และเครือข่ายชุมชน ล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในยุค New Normal สมมติฐานที่ 1 จึง ได้รับการยอมรับ

2. ความสามารถในการปรับตัว (ADA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO). ผลการวิเคราะห์พบว่า $ADA \rightarrow SDO$ มีอิทธิพลทางตรงสูง ($\beta = 0.54, p < .001$) และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการเสริมสร้างสุขอนามัย ความปลอดภัย การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความยืดหยุ่นของแผนงาน และการปรับตัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยววัฒนธรรม สมมติฐานที่ 2 จึง ได้รับการยอมรับ

3. ปัจจัยในโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO) ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า $CTSF \rightarrow SDO$ มีค่าอิทธิพลทางตรง ($\beta = 0.21, p < .01$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้จะมีค่าอิทธิพลต่ำกว่าเส้นทาง $CTSF \rightarrow ADA \rightarrow SDO$ แต่ยืนยันยืนยันว่าโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีบทบาทโดยตรงต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยววัฒนธรรม สมมติฐานที่ 3 จึง ได้รับการยอมรับ

4. ADA ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางระหว่าง CTSF และ SDO ($CTSF \rightarrow ADA \rightarrow SDO$). ผลการวิเคราะห์พบว่า $CTSF \rightarrow SDO$ ผ่าน ADA มีอิทธิพลทางอ้อม ($\beta = 0.37, p < .001$) และทำให้อิทธิพลรวม (Total Effect) ของ CTSF ต่อ SDO สูงถึง 0.58 ซึ่งยืนยันว่า ADA มีบทบาทเป็นตัวกลางสำคัญในการเชื่อมโยงปัจจัยโซ่อุปทานและผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน สมมติฐานที่ 4 จึง ได้รับการยอมรับ

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ ได้รับการยอมรับทั้งหมด สะท้อนว่าโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) และความสามารถในการปรับตัว (ADA) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO) ของการท่องเที่ยววัฒนธรรมและประเพณีในจังหวัดลำพูน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม ได้แก่ การบริหารจัดการทรัพยากร การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การสื่อสารทางการตลาด และเครือข่ายความร่วมมือของชุมชน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capacity: ADA) ของผู้ประกอบการและชุมชนในจังหวัดลำพูนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโครงสร้างการจัดการซัพพลายเชนที่มีความครบถ้วนและเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ สามารถเสริมสร้างศักยภาพในการตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงในยุค New Normal ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสุภาวดี ศรีพนมธร และคณะ (2565) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยหลังโควิด-19 ต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรและกิจกรรมที่มีความเหมาะสม เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวและตอบสนองต่อพฤติกรรมใหม่ได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ผลการวิจัยที่พบว่าการสื่อสารการตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถในการปรับตัว สอดคล้องกับงานของ อัญชลี หิรัญแพทย์ (2566) ที่ระบุว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตร ซึ่งสะท้อนว่าช่องทางการตลาดดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการและชุมชน แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นและยั่งยืนในระยะยาว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capacity: ADA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Outcomes: SDO) ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มาตรการด้านสุขอนามัยที่เป็นรูปธรรม และ

การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสามารถในการปรับตัวถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการและชุมชนสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนในยุค New Normal ได้อย่างทันท่วงที ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Chang et al. (2022) ที่ระบุว่า การเสริมสร้าง Adaptive Capacity ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการฟื้นฟูและพัฒนาความยั่งยืนหลังวิกฤติ โดยครอบคลุมทั้งด้านการจัดการ สุขอนามัย เทคโนโลยี และความยืดหยุ่นในการบริการ อีกทั้ง Sigala (2020) ยังยืนยันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถปรับตัวเชิงดิจิทัลและด้านพฤติกรรมได้รวดเร็ว จะสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและผลักดันความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

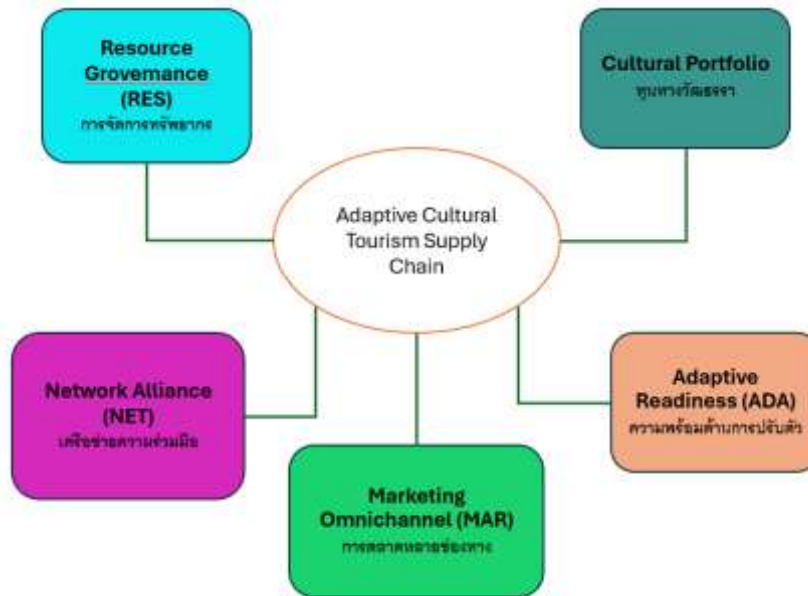
ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าความสามารถในการปรับตัวไม่เพียงช่วยให้ชุมชนและผู้ประกอบการสามารถรักษาการดำเนินงานในสถานการณ์วิกฤติ แต่ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับผลลัพธ์การพัฒนายั่งยืนในทุกมิติ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า สามารถพัฒนารูปแบบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมและประเพณีที่บูรณาการทั้งปัจจัยโซ่อุปทาน (CTSF) ความสามารถในการปรับตัว (ADA) และผลลัพธ์การพัฒนายั่งยืน (SDO) เข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นกรอบแนวคิดใหม่ คือ Adaptive Cultural Tourism Supply Chain Model ซึ่งสามารถใช้เป็นต้นแบบในการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับจังหวัดและชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการผนวกแนวคิดด้านซัพพลายเชนเข้ากับกลไกการปรับตัวในยุค New Normal และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ทำให้เกิดโมเดลที่มีความสมบูรณ์ทั้งเชิงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้จริง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของ Zhang & Murphy (2021) ที่เสนอว่าโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมจำเป็นต้องบูรณาการปัจจัยด้านทรัพยากร กิจกรรม และเครือข่าย เพื่อสร้างมูลค่าและประสบการณ์ที่ยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากงานของ UNWTO (2023) ซึ่งเน้นว่าการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนหลังวิกฤตการณ์ระดับโลก

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง แต่ยังเป็นต้นแบบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่สามารถขยายผลสู่การพัฒนาชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืนอย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยนี้ได้พัฒนา องค์ความรู้ใหม่ ที่แสดงให้เห็นว่า “ความสามารถในการปรับตัว (ADA)” ทำหน้าที่เป็น กลไกสื่อกลางหลัก ระหว่างปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) กับผลลัพธ์การพัฒนายั่งยืน (SDO) ทำให้โมเดลนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้อย่างครบถ้วน และแตกต่างจากแนวคิดเดิมที่มักมุ่งเน้นเพียงการบริหารจัดการด้านทรัพยากรหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบองค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ คือ Adaptive Cultural Tourism Supply Chain Model ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดใหม่ที่บูรณาการแนวคิดด้านซัพพลายเชน การปรับตัวในยุค New Normal และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) เข้าด้วยกัน สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงยั่งยืน โมเดล Adaptive Cultural Tourism Supply Chain คือกรอบแนวคิดแบบบูรณาการที่เกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) แนวคิดด้านการจัดการซัพพลายเชน 2) แนวคิดการปรับตัวในยุคความปกติใหม่ และ 3) แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แสดงให้เห็นถึงพลวัตของระบบการท่องเที่ยววัฒนธรรม ที่ไม่ใช่เพียงการจัดการทรัพยากรหรือกิจกรรมในเชิงเส้น เท่านั้น แต่เป็นการออกแบบระบบที่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างยืดหยุ่น มีการประสานงานระหว่างเครือข่าย และขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

สรุป

Adaptive Cultural Tourism Supply Chain Model ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ผนวกแนวคิดด้านซัพพลายเชน การปรับตัวในยุค New Normal และการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าด้วยกัน ทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในระดับจังหวัดและชุมชน การวิจัยนี้จึงมีคุณูปการทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ช่วยเติมเต็มความรู้ด้านการจัดการซัพพลายเชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมอบแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้กำหนดนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ปัจจัยโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรม (CTSF) ได้แก่ การจัดการทรัพยากร การจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรม การสื่อสารการตลาด และเครือข่ายความร่วมมือของชุมชน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการ

ปรับตัว (ADA) ของผู้ประกอบการและชุมชน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร เสริมสร้างระบบการจัดการทรัพยากรและเครือข่ายความร่วมมือในท้องถิ่น ผ่านการพัฒนาฐานข้อมูล การอบรมผู้ประกอบการ และการสนับสนุนกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชน

2) ความสามารถในการปรับตัว (ADA) มีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะตัวแปรอิสระและตัวแปรสื่อกลางที่ส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO)

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร พัฒนากลไกการเสริมสร้างศักยภาพในการปรับตัว เช่น การนำเทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างมาตรการสุขอนามัยที่เข้มแข็ง และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวและเสริมศักยภาพการแข่งขันของพื้นที่

3) การบูรณาการระหว่างปัจจัยโซ่อุปทาน (CTSF) ความสามารถในการปรับตัว (ADA) และผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO) สามารถพัฒนารูปแบบ “Adaptive Cultural Tourism Supply Chain Model” ที่เป็นต้นแบบสำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร นำโมเดลต้นแบบนี้ไปประยุกต์ใช้เชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับจังหวัด/ภูมิภาค พร้อมทั้งพัฒนาเครื่องมือวัดผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้ติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ผนวกกับความสามารถในการปรับตัว (ADA) สามารถส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDO) ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูน รวมทั้งสามารถขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบททางวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน โดยควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการทรัพยากร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับท้องถิ่น สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรศึกษาประเด็นที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับ บทบาทของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่อาจมีพฤติกรรมและความต้องการแตกต่างกัน การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างจังหวัดที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น และการพัฒนาเครื่องมือเชิงนโยบายหรือระบบดิจิทัลเพื่อประเมินผลลัพธ์ความยั่งยืนในระยะยาว อันจะช่วยให้เกิดการขยายองค์ความรู้และการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวางและยั่งยืนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชาย โปธิสิตา. (2564). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี ศรีพนมธร, วราภรณ์ แสงพุ่ม และ ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2565). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลังวิกฤตโควิด-19: บทเรียนสำหรับความยั่งยืน. *วารสารการจัดการการท่องเที่ยวไทย*, 18(2), 55–72.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน. (2567). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ประจำปี 2567*. ลำพูน: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานสถานภาพความก้าวหน้าการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย พ.ศ. 2565*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อัญชลี หิรัญแพทย์. (2566). พฤติกรรมทางการตลาดในการซื้อส้มโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัย: กรณีศึกษา เพชบุรีแฟนเพจแอปชี. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 11(3), 215–223.

- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical Research on The Governance of Tourism and Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Chang, C. L., McAleer, M., & Ramos, V. (2022). A Charter for Sustainable Tourism After COVID-19. *Sustainability*, 14(3), 1460.
- Chang, J., Wang, Y., & Huang, R. (2022). Building Adaptive Capacity in Tourism Supply Chains: Lessons from Post-Pandemic Recovery. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(12), 2501–2518.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line Of 21st Century Business*. Oxford: Capstone.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Sustainable Transport and Mobility in Tourism: A Conceptual Review. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1–17.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 30(1), 1–10.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis*. (9th ed.). Massachusetts: Cengage Learning.
- Hall, C. M. (2019). Constructing Sustainable Tourism Development: The 2030 Agenda and The Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060.
- Likert, R. (1967). *The Human Organization: Its Management and Value*. New York: McGraw-Hill.
- Prayag, G. (2020). Time for Reset? COVID-19 and Tourism Resilience. *Tourism Review International*, 24(2–3), 179–184.
- Rodrigue, J. P. (2020). *The Geography of Transport Systems*. (5th ed.). London: Routledge.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
- United Nations World Tourism Organization. (2023). *Tourism and Sustainability: Rebuilding Better Post-COVID-19*. Madrid: UNWTO.
- Zhang, H., & Murphy, P. (2021). Supply Chain Perspectives on Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 83, 104236.