

การจูงใจนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดด้วยองค์ประกอบ  
ทางการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองใน  
จังหวัดขอนแก่น

Attracting Generation Z Tourists with Tourism Element  
to Participate in Heet-Sib-Song Tradition in  
Khon Kaen Province



จีณัสมา ศรีหิรัญ<sup>1</sup>, กมนภา หวังเขื่อนกลาง<sup>2</sup>, รวิภา ในเถา<sup>3</sup>, สมศักดิ์ ตลาดทรัพย์<sup>4</sup>

Jenasama Srihirun<sup>1</sup>, Kamonpa Wangkuanklang<sup>2</sup>,

Rawipha Naithao<sup>3</sup>, Somsak Taladsub<sup>4</sup>

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น<sup>1, 2, 3</sup>,

คณะสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย<sup>4</sup>

Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University<sup>1, 2, 3</sup>,

Faculty of Integrated Social Sciences, Khon Kaen University, Nongkhai Campus<sup>4</sup>

Corresponding Author, E-mail: jenass@kku.ac.th, jenasama.srihirun@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดในจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันประเพณีฮีตสิบสอง ในอำเภอกระนวน อำเภอน้ำพองและอำเภอเวียงเก่า 3) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในการเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง จากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 4) เพื่อเสนอแนวทางการจูงใจนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดในการเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง ในจังหวัดขอนแก่น โดยมีกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้าน 3 ชุมชน ได้แก่ อำเภอกระนวน อำเภอน้ำพอง และอำเภอเวียงเก่า และกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดในจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดในจังหวัดขอนแก่นมีแรงจูงใจหลักจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและการวางแผนการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นหลัก 2) สถานการณ์ปัจจุบันของประเพณีฮีตสิบสองแต่ละชุมชนมีผู้นำชุมชนและนักการเมืองท้องถิ่นเป็นผู้มีอิทธิพลในการสืบสานและส่งเสริมการจัดงานประเพณีฮีตสิบสอง 3) ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการเลือกความคาดหวังด้านกิจกรรมเป็นลำดับแรก 4) แนวทางการจูงใจนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดในการเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัดขอนแก่น คือ สำรวจทรัพยากรของชุมชนที่มีเอกลักษณ์และนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายกับพันธมิตรทางวิชาการเพื่อปลูกฝังให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของประเพณีและวัฒนธรรม สร้างการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยการส่งเสริมกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวและสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้สะดวกและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ที่พักมีความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ถูกสุขลักษณะและมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่เสถียรและรวดเร็ว และที่พักรออยู่ใกล้สถานที่ที่จัดประเพณีเพื่อให้สะดวกแก่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ฮีตสิบสอง; นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด

## Abstract

The objectives of this research are as follows: 1) to study tourism behavior of Generation Z Tourists in Khon Kaen Province; 2) to study the current situation of Heet-Sib-Song Tradition in Kra Nuan District, Nam Phong District, and Weang Khao District in Khon Kaen Province; 3) to analyze the expectations of Generation Z Tourists on tourism elements in joining the Heet-Sib-Song Tradition in Muang District, Khon Kaen Province; and 4) to propose guidelines for attracting Generation Z Tourists to participate in Heet-Sib-Song Tradition in Khon Kaen Province. The samples of this study consist of village leaders and villagers of three villages which are in Kra Nuan District, Nam Phong District, and Phu Weang District. The sample of quantitative research is Generation Z Tourists in Muang District, Khon Kaen Province. The tool used in this

study is in-depth-interviews (IDI). Descriptive statistical methods are used in data analysis: frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study reveal that 1) behavior of Generation Z Tourists in Khon Kaen Province: it is motivated by cultural learning and tourism planning using online and social media; 2) the current situation of the Heet-Sib-Song Traditions: each community has community leaders and local politicians who have the influence to carry on and promote the organizing of the Heet-Sib-Song Traditional Festival; 3) the level of tourist expectations of Generation Z is averaged at a high level, the aspect of activities is chosen first; and 4) guidelines for influencing Generation Z Tourists to join the Heet-Sib-Song in Khon Kaen Province: it is to explore unique community resources and develop them into tourism products, to build a network with academic alliances to instill youth, to be aware of the value of traditions and culture, and to create awareness and access to information by promoting tourism marketing activities and build basic infrastructure to be convenient and easy to access to tourist attractions. There are good accommodations that are safe 24 hours, hygienic, stable and fast internet signal, and near the place where tradition is organized for the convenience of tourists, Gen Z.

**Keywords:** Cultural Tourism; Heet-Sib-Song; Generation Z

## บทนำ

สภาพวิถีชีวิตของชาวอีสานมีลักษณะเป็นสังคมเกษตรกรรมและสังคมพุทธเช่นเดียวกับวิถีชีวิตของคนไทยตามภูมิภาคต่าง ๆ แต่เนื่องจากพื้นที่ภาคอีสานมีความแห้งแล้ง ชาวอีสานจึงมีพิธีกรรมและความเชื่อที่ก่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและชุมชน และช่วยในเรื่องการทำเกษตรให้ได้ผลผลิตที่ดีมีความเจริญ

งอกงาม จึงมีความเชื่อเรื่องฮีตสิบสองที่สอดคล้องต้องกันกับความเชื่อในพระพุทธศาสนาแบบเถรวาท (ชั้นเตียนนาม เกตุ , 2556) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำนาในขั้นตอนหลัก ๆ ที่สะท้อนความร่วมมือร่วมใจและสานความสัมพันธ์ในชุมชนตลอดจนความสำคัญของบรรพบุรุษที่ยังอยู่และล่วงลับไปแล้ว

บุญฮีตสิบสองมาจากคำว่า ฮีต ตรงกับคำว่า จารีต หมายถึง ความประพฤติ ธรรมเนียมประเพณีอันเนื่องในพระพุทธศาสนา ส่วนสิบสอง หมายถึง จำนวนเดือนในรอบปีตามปฏิทินทางจันทรคติ ดังนั้น ฮีตสิบสองจึงหมายถึง ประเพณีที่ในภาคอีสานปฏิบัติกันมาในโอกาสต่าง ๆ ทั้ง 12 เดือน ในรอบปี ได้แก่ เดือนอ้าย-บุญเข้ากรรม เดือนยี่-บุญคุณลาน เดือนสาม-บุญข้าวจี เดือนสี่-บุญผะเหวด เดือนห้า-บุญสงกรานต์ เดือนหก-บุญบั้งไฟ เดือนเจ็ด-บุญซำฮะ เดือนแปด-บุญเข้าพรรษา เดือนเก้า-บุญข้าวประดับดิน เดือนสิบ-บุญข้าวสาก เดือนสิบเอ็ด-บุญออกพรรษา เดือนสิบสอง-บุญกฐิน (สำนักวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ประเพณีฮีตสิบสองจะเป็นประเพณีเก่าแก่ที่มีการสืบทอดต่อกันมาของคนอีสานแล้ว ปัจจุบันยังมีความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เพราะจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมพิธีกรรมต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง อาทิ ประเพณีบุญบั้งไฟของจังหวัดยโสธร ประเพณีแห่เทียนพรรษาที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น ซึ่งจัดว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมด้วย เนื่องจากประเพณีฮีตสิบสอง เป็นพิธีที่ชาวอีสานยึดถือปฏิบัติมาแต่โบราณ และสืบทอดมา

จนถึงในปัจจุบัน หากแต่ปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันเยาวชนคนรุ่นใหม่หรือนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตไม่ค่อยให้ความสำคัญกับประเพณีเก่าแก่ เพราะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่ล้อมรอบ มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้รวดเร็ว ทำให้มีพฤติกรรมเปิดรับสิ่งใหม่และคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยี (มนัสวี ศรีนนท์, 2561; Marketeer, 2560) จนทำให้เด็กเจนเนอเรชันนี้สนใจเกี่ยวกับเรื่องประเพณีและวัฒนธรรมเก่า ๆ น้อยลง และอาจส่งผลให้ประเพณีและวัฒนธรรมฮีตสิบสองเลือนหายไปได้ในอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการจูงใจนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัดขอนแก่น และปลูกฝังให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตหันมาให้ความสำคัญกับประเพณีฮีตสิบสองเพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยของชาวอีสานให้ยังคงอยู่ต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม  
นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตในจังหวัด  
ขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาสถานการณ์  
ปัจจุบันของประเพณีฮีตสิบสองใน  
อำเภอกระนวน อำเภอน้ำพองและ  
อำเภอเวียงเก่า

3. เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวัง  
ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในการ  
เข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง จากความ  
คาดหวังของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชัน  
แซตในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
ขอนแก่น

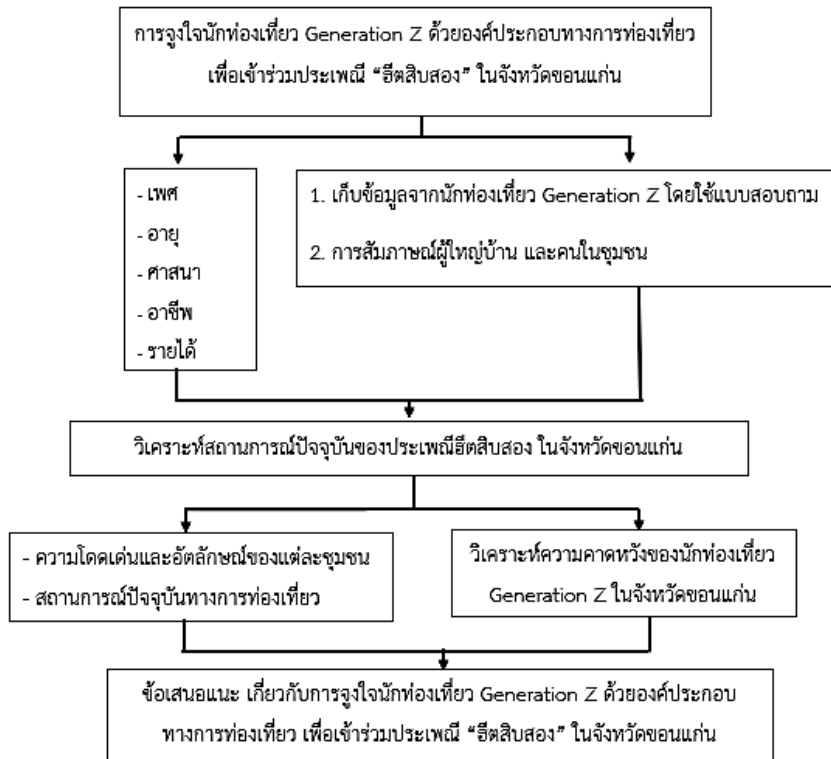
4. เพื่อเสนอแนวทางการจูงใจ  
นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตเพื่อเข้า  
ร่วมประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัด  
ขอนแก่น

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเชิงผสมผสานวิธี  
ประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ  
และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การ  
สัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth-  
Interviews: IDI) กับกลุ่มตัวอย่างวิจัย

เชิงคุณภาพ คือ ผู้นำชุมชนและ  
ชาวบ้านในชุมชน 3 ตำบล ในจังหวัด  
ขอนแก่น จำนวนทั้งหมด 3 ชุมชน  
ได้แก่ ตำบลหนองโก อำเภอกระนวน  
ตำบลหนองกุง อำเภอน้ำพองและ  
ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า  
และผู้วิจัยได้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง  
แบบจำเพาะเจาะจง (Purposive  
Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิง  
ปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวเจเนอเรชัน  
แซตในจังหวัดขอนแก่นที่มีอายุตั้งแต่  
9-23 ปี โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน  
400 ชุด โดยมีตรวจสอบความเชื่อมั่น  
และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม  
ด้วย ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา  
(Cornbrash's Alpha Coefficient)  
ซึ่งผลที่ได้ของค่า Alpha อยู่ที่ 0.914  
ถือเป็นค่าที่สามารถนำแบบสอบถาม  
ไปใช้ได้จริงและวิเคราะห์ข้อมูลทาง  
สถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่  
ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การแจกแจง  
ความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ตาราง 1 กรอบแนวคิดการจูงใจนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซด ด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัดขอนแก่น

## ผลการวิจัย

1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดในจังหวัดขอนแก่น ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดจำแนกตามเพศพบว่า เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 19 และเพศทางเลือก (LGBT) คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ จำแนกตามอายุมีอายุ 15-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8

เป็นจำนวนที่มากที่สุด ในขณะที่จำแนกตามศาสนา ผู้นับถือพระพุทธศาสนามีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 โดยมากมีอาชีพเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีรายได้ต่อเดือน 2,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 ร้อยละโดยรวมของการรับรู้เกี่ยวกับฮีตสิบสองของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดคิดเป็นร้อยละ 83.5 และไม่รู้จักประเพณีฮีตสิบสองคิดเป็นร้อยละ 16.5 ร้อยละ

โดยรวมเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลกับการรับรู้ประเพณีฮีตสิบสองมากที่สุด คือ จากคุณพ่อ-คุณแม่คิดเป็นร้อยละ 31 จากคุณครู-อาจารย์คิดเป็นร้อยละ 30 ไม่มีผู้ใดเป็นผู้มีอิทธิพลคิดเป็นร้อยละ 16 รู้จักด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 8 จากญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 7 จากเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 5 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ ร้อยละโดยรวมเกี่ยวกับการเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสองเคยเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสองคิดเป็นร้อยละ 52 และไม่เคยเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสองคิดเป็นร้อยละ 32 และไม่รู้จักประเพณีฮีตสิบสองคิดเป็นร้อยละ 16 ร้อยละโดยรวมของแรงจูงใจในการเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสอง เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมคิดเป็นร้อยละ 74.8 ความสนุกสนานคิดเป็นร้อยละ 39.5 ความศรัทธาในพิธีกรรมคิดเป็นร้อยละ 30.5 การพักผ่อนหย่อนใจคิดเป็นร้อยละ 29.5 การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 21 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.7 ร้อยละโดยรวมของการวางแผนการท่องเที่ยวของเจเนอเรชันแซตจะหาข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวจากเฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 67 จากเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น พันทิป (Pantip) คิดเป็นร้อยละ 62.7 สอบถามข้อมูลจากคนคิดเป็นร้อยละ 42.3 อินสตาแกรม (Instagram) คิด

เป็นร้อยละ 21.5 จากหนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 19.5 จากโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 18.5 จากทวิตเตอร์ (Twitter) คิดเป็นร้อยละ 16 จากนิตยสารต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 7 จากแผ่นพับคิดเป็นร้อยละ 5.8 จากหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.5

2) สถานการณ์ปัจจุบันของประเพณีฮีตสิบสองของอำเภอกระนวน อำเภอน้ำพองและอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น จากผลการวิจัยพบว่า แต่ละชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางสังคมหรือสภาพแวดล้อมด้านการคมนาคม ทำให้การจัดประเพณีฮีตสิบสองในแต่ละชุมชนมีความโดดเด่นแตกต่างกัน เช่น ตำบลหนองกุง อำเภอน้ำพอง มีสภาพแวดล้อมด้านสังคมที่แข็งแรง ผู้คนในชุมชนมีความสามัคคีเหนียวแน่นและชุมชนมีความเจริญ ทำให้ได้เปรียบในด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก และในเทศกาลสำคัญทางตำบลหนองกุง อำเภอน้ำพอง ก็จะมีการจัดงานและมีขบวนแห่ยิ่งใหญ่ในทุก ๆ ปี ส่วนในตัวอำเภอน้ำพองนั้นมีสภาพแวดล้อมที่ติดกับลำน้ำพอง ทำให้มีประเพณีที่ชุมชนอื่นไม่สามารถจัดได้ เช่น ประเพณีแข่งเรือ

ซึ่งกลายเป็นประเพณีสำคัญประจำอำเภอ สำหรับตำบลหนองโก อำเภอกระนวน มีความได้เปรียบในเรื่องของผู้นำชุมชนที่มีความแข็งแกร่ง เพราะไม่ใช่แค่ผู้ใหญ่บ้านที่มีหน้าที่ดูแลเรื่องประเพณีต่าง ๆ ในชุมชน ยังมีนักการเมืองท้องถิ่นเป็นเจ้าของแหล่งประชุมสัมมนาภายในชุมชนที่มีชื่อว่า คุ่มโอเคแม่ใหญ่สอน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการจัดการเรื่องประเพณีต่าง ๆ ในตำบลหนองโก และมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมอีสานไปสู่นักท่องเที่ยวอีกด้วย ส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า มีจุดเด่นในด้านที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด คือพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ภูเวียงและผาชมตะวัน ในด้านของการสืบสานประเพณีไปยังลูกหลานนั้น ตำบลหนองโก อำเภอกระนวนและตำบลหนองกุง อำเภอน้ำพอง มีความได้เปรียบเป็นอย่างมาก เนื่องจากในชุมชนมีโรงเรียนประจำอำเภอขนาดใหญ่ตั้งอยู่และในทุกปีที่มีการจัดประเพณี โรงเรียนเหล่านั้นจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม คือ การส่งเด็กนักเรียนร่วมทำขบวนแห่ช่วยชาวบ้านหรือส่งเข้าประกวดเวทีต่าง ๆ ทำให้นักเรียนในทุกชั้นได้ซึมซับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนตนเอง นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้

ข้อมูลว่า ไม่ใช่ประเพณีทุกเดือนที่จะมีนักท่องเที่ยวหรือเด็กนักเรียนมาร่วมงาน แต่ต้องเป็นประเพณีสำคัญเท่านั้น ได้แก่ บุญผะเหวด บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ บุญเข้าพรรษา บุญออกพรรษาและบุญกฐินที่จะมีนักท่องเที่ยวมาร่วมงาน

3) การวิเคราะห์ ความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในการเข้าร่วมประเพณีฮิตสิบสองจาก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น จะเห็นดังต่อไปนี้

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซด ด้านการดึงดูด/การจูงใจ (Attractions) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.86$ ) โดยมีการเลือกความคาดหวังให้วัฒนธรรมมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นและน่าสนใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.25 เป็นลำดับแรก เลือกความคาดหวังให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ หลังจากการไปเที่ยวชมประเพณีฮิตสิบสองอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 47 และเลือกความคาดหวังให้เป็นการท่องเที่ยวแบบใช้ค่าใช้จ่ายน้อยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44.5 ตามลำดับ

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซด ด้านกิจกรรม (Activities) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.89$ ) โดยมีการ



เลือกความคาดหวังให้กิจกรรมที่จัดมีความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.25 เลือกความคาดหวังให้กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมกับชาวบ้านได้อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.5 และเลือกความคาดหวังให้ปรับปรุงกิจกรรมให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 47.25 ตามลำดับ

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ด้านการเข้าถึง (Accessibility) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) โดยมีการเลือกความคาดหวังให้สามารถเข้าถึงได้โดยรถบริการสาธารณะ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.75 เป็นลำดับแรก และเลือกความคาดหวังให้มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.5

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ ) โดยมีการเลือกความคาดหวังให้มีการรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 47.75 เป็นลำดับต้น เลือกความคาดหวังให้มีการประชาสัมพันธ์ ประเพณีฮีตสิบสอง ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42

เท่ากันกับการเลือกคาดหวังให้เจ้าหน้าที่ให้การบริการที่ดีและเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ด้านที่พัก (Accommodation) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ ) โดยมีการเลือกความคาดหวังให้ชุมชนมีที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 46.5 ความคาดหวังให้ที่พักมีบรรยากาศที่ดีและปลอดภัยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43 และเลือกความคาดหวังให้ที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและใกล้ชิดกับคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.5

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.84$ ) โดยมีความคาดหวังให้ราคาค่าบริการขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44 การเลือกความคาดหวังให้ราคาที่พักมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43 และความคาดหวังให้ราคาในการทำกิจกรรมในชุมชนและราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.75 ในระดับที่เท่ากัน

หากกล่าวโดยสรุปสำหรับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการ

ท่องเที่ยว ในการเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความคาดหวังด้านกิจกรรม (Activities) ( $\bar{X}$ =3.89) ความคาดหวังด้านการเข้าถึง (Accessibility) ( $\bar{X}$ =3.87) และด้านการดึงดูด/การจูงใจ (Attractions)( $\bar{X}$ =3.86) ตามลำดับ

4) แนวทางการจูงใจนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตเพื่อเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง ในจังหวัดขอนแก่น

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาค้นคว้า การสัมภาษณ์และการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีฮีตสิบสองสำหรับนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's (Tourism Western Australia, 2009; Dickman, 1996; Middleton, 1994) ดังนี้

4.1. การดึงดูด/การจูงใจ (Attractions)

1) สำรวจทรัพยากรของชุมชนที่มีเอกลักษณ์และนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

เช่น อำเภอน้ำพอง มีพื้นที่ที่ติดกับลำน้ำพอง ในเดือนสิบสองหรือเดือนพฤศจิกายนที่จะมีบุญกฐินและประเพณีลอยกระทง ควรมีการจัดประเพณีแข่งเรือในทุก ๆ ปี โดยเพิ่มกิจกรรมเพื่อปรับปรุงให้มีความทันสมัยและชักชวนให้คนรุ่นใหม่มาร่วมกิจกรรม เช่น การประกวดเรือพายแข่งโดยใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีแบบแผนมาจากการแข่งขัน Red Bull Soapbox Race ของต่างประเทศที่จะให้ผู้เข้าแข่งขันสร้างรถมาใช้ในการแข่งขัน

2) ส่งเสริมการจัดประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ตำบลหนองโก อำเภอกระนวน มีแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง คือ ไร่สตอร์วเบอร์รี่รัฐพรน้ำตกบ่าหลวงและคัมโอเคแม่ใหญ่สอน เป็นต้น สามารถนำมาพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบผ้ามผสานการเรียนรู้วิถีชุมชนได้เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวตำบลหนองกุง อำเภอคำพ่อง มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คือ เขื่อนอุบลรัตน์ฝายหนองหวายและวัดพระธาตุขามแก่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดีตของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตอยู่แต่เดิมแล้ว ดังนั้น ควรมีการนำประเพณีสำคัญไปจัดงานอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวหรืออาจจัดเทศกาลดนตรีประจำถิ่นที่สามารถเรียกความสนใจจาก

นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซดได้ดี ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คือ อุทยานประวัติศาสตร์ไดโนเสาร์ พิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ภูเวียงและผาชมตะวัน สามารถจัดประเพณีในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีความน่าสนใจและแปลกใหม่มากยิ่งขึ้น

#### 4.2 กิจกรรม (Activities)

1) สร้างเครือข่ายกับพันธมิตร สายวิชาการ เช่น โรงเรียนและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ สืบเนื่องจากสถาบันต่าง ๆ จะมีโครงการบริการวิชาการเพื่อพัฒนาชุมชน อันเป็นการปลูกฝังให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและใส่ใจเรื่องประเพณีมากยิ่งขึ้น

#### 4.3 การเข้าถึง(Accessibility)

1) สร้างการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวของแต่ละอำเภอ ของจังหวัดขอนแก่น โดยการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

2) ถนนที่ใช้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวควรมีความสะดวกและสามารถเข้าถึงได้ด้วยรถโดยสารสาธารณะและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน

3) มีระบบ GPS โดยการปักหมุดเพิ่มสถานที่ลงไปในกูเกิลแผนที่

(Google Maps) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง

#### 4.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

1) มีหน่วยงานที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรืออาสาสมัครตำรวจชุมชน

2) ความสะอาดของสภาพแวดล้อมโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำสาธารณะ

3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต

#### 4.5 ที่พัก(Accommodation)

1) ที่พักต้องมีความปลอดภัย ประตู หน้าต่าง สามารถปิดได้มิดชิด มีการรักษาความปลอดภัยในเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก

2) สัญญาณอินเทอร์เน็ตในที่พักเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะอัปเดตการมาท่องเที่ยวครั้งนี้บนโลกโซเชียลมีเดีย

3) ที่พักควรอยู่ใกล้สถานที่ที่จัด ประ เณ นิ เพื่อให้ สะ วก แก่ นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซด

จาก ผล การ วิ จั ย ต า ม วั ต ถุ ประ สง ค์ ทั้ง หม ด จะ พบ ว่า

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตมีความสนใจการท่องเที่ยวตามประเพณีฮีตสิบสองที่ถือว่า เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานอย่างมาก การท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งที่เป็นการเที่ยวชมเพื่อความสนุกสนานและการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมของโรงเรียนหรือชุมชน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตก็มีความคาดหวังในด้านต่าง ๆ มากมาย ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกสบายตามยุคสมัยของกลุ่มตน

### อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตในจังหวัดขอนแก่น สามารถอภิปรายผล ดังนี้

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยี วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเจนเนอเรชันกับกรอบวิธีคิดและจากการสำรวจการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปแต่ละเจนเนอเรชัน และคน Gen Z กับพฤติกรรมการใช้ Social Media (Teachsauce, 2562; Marketeer, 2560; มนัสวี ศรีนนท์, 2561) ในขณะที่งานวิจัยนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยมากเป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา

ส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา จะมีผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์อยู่ร้อยละ 3 และศาสนาอิสลามร้อยละ 0.2 หากแต่ก็เคยท่องเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสองแสดงให้เห็นว่า การเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง ซึ่งเป็นประเพณีที่มีความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมของคนต่างศาสนา เพราะโดยกิจกรรมประเพณีที่เกิดขึ้นได้ว่าประเพณีฮีตสิบสอง คือ การท่องเที่ยวเชิงแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในด้านของแรงจูงใจในการเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสอง เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมเป็นหลักโดยคิดเป็นร้อยละ 74.8 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง *การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดอุดรธานี* ที่พบว่า ประชาชนในตำบลเมืองพาน ต้องการมีส่วนร่วมในการร่วมมือจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยวมาเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายของชุมชน (นิจิรา คลังสมบัติ, 2557) ในขณะที่งานวิจัยเรื่อง *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย* พบว่า กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคาน มีการดำเนินงานร่วมกันระหว่างคุ้มวัด เทศบาลและกลุ่มผู้ประกอบการ โดยมีการจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ ให้

นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมของเมือง (วันใหม่ แดงแก้ว, 2554)

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาศาสนาการณปัจจุบันของประเพณีฮีตสิบสอง ในเขตอำเภอกระนวน อำเภอน้ำพองและอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น พบว่า แต่ละชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางสังคม หรือสภาพแวดล้อมด้านการคมนาคม ทำให้การจัดประเพณีฮีตสิบสองในแต่ละชุมชนในเขตอำเภอกระนวน อำเภอน้ำพองและอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีความโดดเด่นแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับจากวิจัยเรื่อง *ศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของประเพณีฮีตสิบสอง: กรณีศึกษา ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น* พบว่า เขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ส่งเสริมประเพณีฮีตสิบสอง โดยยังคงประเพณีปฏิบัติกันครบอยู่ทุกประเพณี แต่มีการปรับเปลี่ยนไปตามเนื้อหาสาระวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นไปตามกาลเวลา โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านความเชื่อต่อประเพณี ปัจจัยด้านบุคลิกภาพทัศนคติ

ส่วนบุคคล (พระสุชี ชาครธมโม (ศรีมาตย์), 2553)

ในด้านการสืบสานประเพณีสู่ลูกหลาน ตำบลหนองโก อำเภอกระนวนและตำบลหนองกุ้ง อำเภอน้ำพอง มีโรงเรียนประจำอำเภอขนาดใหญ่ตั้งอยู่และในทุกปีมีการจัดงานประเพณีฮีตสิบสอง นักเรียนจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ซึมซับวัฒนธรรมและประเพณีฮีตสิบสองอันดีงามของชุมชนชาวอีสาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง *การศึกษาฮีตสิบสองในฐานะเครื่องมือเสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นทางสังคมของชุมชนอีสาน* ที่พบว่า ประเพณีฮีตสิบสองเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยมด้านต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ระบบความสัมพันธ์เชิงครอบครัวและเครือญาติ และวิถีผลิตทางการเกษตรให้กับชาวบ้าน ส่งผลให้มีลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลและแบ่งปันซึ่งกันและกัน ทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้และมีความเป็นปึกแผ่นทางสังคม (ผาณิตญาจินตามล, 2549) อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพให้ข้อมูลว่า ไม่ใช่ประเพณีทุกเดือนที่จะมีนักท่องเที่ยวหรือมีเด็กนักเรียนเข้าร่วมงาน แต่ต้องเป็นประเพณีสำคัญ ได้แก่ บุญผะเหวด บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ บุญเข้าพรรษา บุญออกพรรษาและ

บุญกฐินจึงจะมีนักเรียนเข้าร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิชาการด้านประเพณีของผู้ทรงคุณวุฒิที่ว่า “หากแต่ประเพณีบางอย่างหายไปตามกาลเวลาขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของยุคสมัยด้วย เพราะโดยปกติ หากไม่มีเหตุจำเป็นที่จะเลิกหรือเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็ไม่ค่อยมีใครไปเลิกหรือเปลี่ยนเป็นอันขาด ยกเว้นไว้แต่จะเป็นประเพณีที่ล่าหลัง ไม่เข้ากับยุคสมัยหรือเสียหายต่อส่วนรวม ประเพณีนั้นก็จะเลิกและหมดไปเอง อย่างเช่น การล่าหัวคนของคนบางเผ่าในแอฟริกา การรัดเท้าของสาวจีน การกระโดดเข้ากองไฟเผาตัวตายตามสามีของหญิงในอินเดีย เป็นต้น” (จุฑารัตน์ แพรวงษ์จีน, 2555) นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง *การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านชำโลม ตำบลกบินทร์ อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี: กรณีศึกษาประเพณีอีตลีสองคองลีสี่* พบว่า ประเพณีทั้งสิบสองเดือน (อีตลีสอง) และแนวทางปฏิบัติของคนในชุมชน (คองลีสี่) ได้สูญหายหรือเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต สาเหตุมีหลายประการ คือ 1) ลูกหลานและคนรุ่นใหม่ในหมู่บ้านได้ไปศึกษาต่อและทำงานในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ในจังหวัดอื่น จึงไม่ได้ปลูกฝังให้อนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้านและมองว่าวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งล้าสมัย 2) ชาวบ้านชำ

โลม ทำนาโดยใช้เครื่องจักรแทนแรงงานสัตว์ ดังนั้น ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวจึงสั้นลงทำให้ขาดประเพณีบุญคุณลาน เพราะปัจจุบันชาวนาเก็บเกี่ยวข้าวโดยใช้รถเกี่ยวข้าว 3) เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปวิถีชีวิตก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ฉะนั้น คองลีสี่บางอย่างจึงหายไปเหมือนกัน เช่น การล้างเท้าก่อนขึ้นบ้าน การบูชาบันได การบูชาประตู การล้างเท้าให้สามีก่อนนอน (นพดล พรามณี, 2554)

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในการเข้าร่วมประเพณีอีตลีสองของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันแซดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าการประเมินระดับความคาดหวังของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเพณีอีตลีสองในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากผลการศึกษาพบว่า ทุกข้อมีระดับความคาดหวังเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันแซดไม่ได้คาดหวังให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเพณีอีตลีสอง ในจังหวัดขอนแก่น อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะการท่องเที่ยวตามชุมชน ไม่จำเป็นจะต้องมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวครบในทุก ๆ ด้านเสมอไป ด้านการ

ดึงดูดและจูงใจไม่จำเป็นต้องเป็นปัจจัยแรกที่สำคัญ หากแต่องค์ประกอบด้านกิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตให้ความสนใจ ด้านการเข้าถึงควรเข้าถึงโดยง่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีสิ่งที่จำเป็นให้ครบครันและในด้านที่พักควรมีที่พักที่รองรับนักท่องเที่ยวได้และเป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ที่เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแนวคิดสำคัญขององค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว (Tourism Western Australia, 2009; Dickman, 1996; Middleton, 1994) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสื่อโซเชียลมีเดียมาก ดังนั้น จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อโซเชียลมีเดียและประเพณีฮีตสิบสองควรมนวกกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางการจูงใจนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซตให้เข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสอง ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการดึงดูด/การจูงใจ (Attractions) โดยการสำรวจทรัพยากรของชุมชนที่มีเอกลักษณ์ และนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

และส่งเสริมการจัดประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยสร้างกิจกรรม (Activities) ที่ปลูกฝังให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและใส่ใจเรื่องประเพณีมากยิ่งขึ้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ที่พบว่า ชาวชองในพื้นที่จำนวน 6 ครัวเรือน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำภูมิปัญญาวิถีชีวิตแบบพอเพียง ด้านการแสดงเอกลักษณ์วัฒนธรรม มีการรำ การแสดงของชองเพื่อดึงดูดให้เห็นถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ที่เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (กิตติยา พุกภา กิจ และบุญสม เกษประดิษฐ์, 2561) และจากงานวิจัยเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของพระธาตุพนมที่มีต่อความเชื่อและพิธีกรรมของชุมชนลุ่มแม่น้ำโขง ที่พบว่า ชุมชนลุ่มแม่น้ำโขงหลากหลายด้วยกลุ่มชาติพันธุ์และภาษา เป็นสังคมชนบทล้าหลัง สังคมเกษตรกรรมที่ยากจน แต่มีความคงมั่นในจารีตประเพณี คติความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ในด้านความเชื่อและพิธีกรรมของชุมชนลุ่มแม่น้ำโขงที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาและพระธาตุพนม ชุมชนได้แสดงออกในด้าน

พิธีกรรม จารีตประเพณีสิบสองเดือน เรียกว่า ฮีตสิบสอง (อุทัย ภัทรสุข, 2555)

ในขณะที่การวิจัยปฏิบัติการ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี พบว่าแนวทางการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควรมีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดหรือจุดเด่นที่แตกต่างจากไทยทรงดำที่อื่น และควรเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นโดยเน้นสื่อออนไลน์ ควรสร้างโฮมเพจของชุมชน และเพิ่มช่องทางที่สามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ (ชูติรัตน์ เจริญสุข และคณะ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และที่พัก (Accommodation) ที่ต้องสร้างการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวของแต่ละอำเภอของจังหวัดขอนแก่น โดยการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อออนไลน์และเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต โดยที่พักต้องมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อความ

สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะอัปเดตการท่องเที่ยวบนโลกโซเชียลมีเดีย

## สรุป

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปการวิจัยได้ว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตในจังหวัดขอนแก่นเคยมีประสบการณ์เที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสองมากกว่าร้อยละ 52 ผู้มีอิทธิพลหลักในการจูงใจ คือ คุณพ่อ-คุณแม่ แรงจูงใจหลักในการเที่ยวชมประเพณีฮีตสิบสอง คือ ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและมีการวางแผนการท่องเที่ยวโดยใช้โซเชียลมีเดียเป็นหลัก 2) สถานการณ์ปัจจุบันของประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัดขอนแก่นแต่ละชุมชนมีผู้นำชุมชนและนักการเมืองท้องถิ่นเป็นผู้มีอิทธิพลในการสืบสานและส่งเสริมการจัดงานประเพณีฮีตสิบสอง 3) ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความคาดหวัง ด้านกิจกรรม (Activities) ( $\bar{X}$ =3.89) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ( $\bar{X}$ =3.87) และด้านการดึงดูด/การจูงใจ (Attractions) ( $\bar{X}$ =3.86) ตามลำดับ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตยังให้ความสำคัญแก่ราคาค่าบริการขนส่ง



สาธารณะ ราคาที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองในระดั้มาก และ 4) แนวทางการจูงใจนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซดเพื่อเข้าร่วมประเพณีฮีตสิบสองในจังหวัดขอนแก่น มีดังนี้ 4.1 การดึงดูด/การจูงใจ (Attractions) โดยมีการสำรวจทรัพยากรของชุมชนที่มีเอกลักษณ์และนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจพร้อมส่งเสริมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 4.2 กิจกรรม (Activities) สร้างเครือข่ายกับพันธมิตรทางวิชาการเพื่อปลูกฝังให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของประเพณีและวัฒนธรรม 4.3 การเข้าถึง (Accessibility) สร้างการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยส่งเสริมกิจกรรมการตลาดการ

ท่องเที่ยวของแต่ละอำเภอของจังหวัดขอนแก่น และสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้สะดวกและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น ถนน การบริการรถโดยสารสาธารณะ ป้ายบอกทางและ GPS ปักหมุดเพิ่มสถานที่ใน Google Map 4.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีหน่วยงานรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต และ 5) ที่พัก (Accommodation) ต้องมีความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ถูกสุขลักษณะและมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตและที่พักควรอยู่ใกล้สถานที่จัดประเพณีเพื่อให้สะดวกแก่นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันแซด

### บรรณานุกรม

- กิตติยา พุกษากิจ และบุญสม เกษประดิษฐ์ . (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลจันทเขลม อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี . *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 10 (1), 246-257.
- ชั้นเตียน นามเกต. (2556). *การศึกษาคติความเชื่อประเพณีบุญเดือนเก้า (ข้าวประดับดิน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- จุฑารัตน์ แวงษ์จีน. (23 มิถุนายน 2555). *ความหมายของประเพณี*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562, จาก [www.gotoknow.org/posts/18719](http://www.gotoknow.org/posts/18719)
- ชุตีรัตน์ เจริญสุข และคณะ. (2558). การวิจัยปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน

- อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติ ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. วันที่ 1 มีนาคม. ณาณิญา จินตามล. (2549). การศึกษาฮีตสิบสองในฐานะเครื่องมือเสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นทางสังคมชุมชนอีสาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพดล พรามณี. (2554). การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านชำโสม ตำบลกบินทร์ อำเภอกบินทร์ จังหวัดปราจีนบุรี: กรณีศึกษาประเพณีฮีตสิบสองคลองสิบสี่. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิจิรา คลังสมบัติ. (2557). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระสุชี ชาติธรรมโม (ศรีมาตย์). (2553). ศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของประเพณีฮีตสิบสอง : ศึกษากรณี ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนอเรชันกับกรอบวิธีคิด. วารสารศึกษาศาสตร์ มมร. 6 (1), 364-373.
- วันใหม่ แดงแก้ว. (2554). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนภาคและเมือง มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (ม.ป.ป). ฮีตสิบสอง. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก [http://cac.kku.ac.th/heet12\\_kong14/main\\_heet12.html](http://cac.kku.ac.th/heet12_kong14/main_heet12.html)
- อุทัย ภัทรสุข. (2555). การศึกษาอิทธิพลของพระธาตุพนมที่มีต่อความเชื่อและพิธีกรรมของชุมชนลุ่มแม่น้ำโขง. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*, 2<sup>nd</sup> ed. Sydney: Hodder Education.
- Marketeer. (8 ธันวาคม 2560). *European Travelers: Gen ไท? เที่ยวแบบไหน?*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/4340>

Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Teachsauce. (13 กันยายน 2562). คน Gen Z และพฤติกรรมการใช้ Social Media ความเชื่อมโยงและแรงบันดาลใจที่แยกกันไม่ขาด. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก <https://techsauce.co/pr-news/gen-z-follow-social-media>

Tourism Western Australia. (2009). *Five A's of Tourism*. Western Australia: Tourism Western Australia.