

# 05

## ปัจจัยที่ส่งเสริมการสื่อสารอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมในบริบทการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์- วัฒนธรรม กรณีศึกษา เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี

Factors Promoting Cultural Identity  
Communication in the Historical Cultural Tourism  
Context: A Case Study of Asia-Pacific War Sites,  
Kanchanaburi Province

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในปัจจุบัน 2) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษที่เดินทางมาท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟสายมรณะ 3) แนวทางการพัฒนาการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่จำนวน 400 คน ผู้วิจัยเลือกวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย t-test และ One-way ANOVA (f-test) ผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาจังหวัดกาญจนบุรีแล้วมากกว่า 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว เดินทางมากับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัว และเลือกที่จะมาพักผ่อนค้างคืน งานวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมด้านความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมประเภท

กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (2) ในประเด็นการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ พบว่ารับรู้ในระดับมาก (3) ความคิดเห็นในเรื่อง ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวที่ เปลี่ยนแปลงไปพบว่าแสดงความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก (4) แนวทางการพัฒนากิจกรรมการ ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่านักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก (5) การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทาง เดียว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในกิจกรรม การท่องเที่ยว แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
เส้นทางรถไฟสายมรณะ

## Abstract

This research studied 1) current historical and cultural tourism contexts; and 2) specific tourist group behavior to 3) formulate guidelines for developing creative historical-cultural tourism activities about the Burma Railway (also known as the Death Railway), Kanchanaburi. Quantitative research and development (R&D) was done with survey data collected by questionnaire about tourist behavior and new tourism management models. 400 samples were tourists and local residents chosen by purposive sampling. Data was analyzed by descriptive and inferential statistics, including t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) (f-test). Results were that most tourists were female, aged between 21 and 30 who had visited Kanchanaburi multiple times for travel and leisure in private vehicles with their families for overnight stays. Findings: 1) interest in tourist attractions and activities was highest among nature tourists; 2) samples had a high level of experience and perceptions of general historical and multicultural information relating to the Death Railway region; 3) there was a perceived high level of impact from the Novel Coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic in changing touristic patterns; 4) tourists and local residents were essential for formulating guidelines to develop historical-cultural tourism activities; and 5) the

t-test and one-way ANOVA revealed that demography influenced tourist behavior at a statistical significance of .05.

**Keywords :** Cultural tourism, Creative tourism, the Death Railway

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากอดีตถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะชนชาติใดใด ซึ่งส่วนใหญ่สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมาจากความต้องการของมนุษย์เพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ความต้องการปรุงแต่งวัฒนธรรม มีการคิดค้นวัฒนธรรมใหม่ ดัดแปลงให้เหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน เรียกว่า “การยืมทางวัฒนธรรม” เช่นเดียวกับที่ ฟรานส์โบแอส (Franz Boas) นักวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยโคลอมเบีย เรียกว่า “การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม” กล่าวคือเป็นการเคลื่อนที่ของวัฒนธรรมจุดศูนย์กลางของสังคมหนึ่ง และขยายวงกว้างออกไปยังสังคมอื่น ในปัจจุบันได้มีการขอยืมกันทางวัฒนธรรมระหว่างมิตร ประเทศการยืมวัฒนธรรมนี้มีลักษณะของการแลกเปลี่ยน (Exchange) ตัวอย่างเช่น สังคมไทยของเราในปัจจุบันได้มีการยืมวัฒนธรรมตะวันตกมาปรับใช้มากมาย หนึ่งในนั้นเกิดจากการเดินทางที่ทำให้คนต่างวัฒนธรรมมาเจอกันในพื้นที่ต่างจากวัฒนธรรมของตนเช่นเดียวกับ นักท่องเที่ยวข้ามประเทศ (Tourists) เป็นกลุ่มคนที่มีโอกาสประสบพบเจอวัฒนธรรมที่แตกต่างที่มีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการปรับตัวข้ามวัฒนธรรม เช่น อาหาร การแต่งกาย ภาษา ซึ่งผู้ที่เดินทางข้ามประเทศที่ตนเองเดินทางไป ขณะเดียวกันกลุ่มคนเหล่านี้ก็จะมีโอกาสได้ประสบและรับรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ดังนั้น กระบวนการการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญ เพราะว่ากระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างได้โดยปราศจากความรู้สึกในแง่ลบต่อวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการปรับตัวทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม

ประเทศไทยทำรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 4 ของโลกในปี 2018 แต่เมื่อมองไปที่การจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) โดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ในปี 2019 ปรากฏว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 31 ของโลก ซึ่งหมายความว่า ด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้นดีมาก แต่ขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการบริหารจัดการต่าง ๆ ยังทำได้

ไม่ได้พอ และถ้าเข้าไปดูในรายละเอียด หนึ่งในตัวชี้วัดที่ได้คะแนนน้อย คือเรื่องความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ด้านกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงผลักดันฟื้นฟูเศรษฐกิจตามกรอบแนวคิดที่เรียกว่า “BCG Economy” อีกทั้งยังมีนโยบายในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 โดยการชูเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาวัฒนธรรมและความโดดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไขว่คว้าความเป็นแท้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่น่าประทับใจ และมีคุณค่า (Value-Based Tourism) รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม (Sustainable Tourism Growth) สู่การมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน เพื่อปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ที่น่าจับตามองและแผ่กว้างไปทั่วโลก นั่นคือ การรักษาระยะห่างสังคม หรือ Social Distancing ส่งผลขนานใหญ่ต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งที่ผู้คนทั่วโลกไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โหยหาธรรมชาติ ความเป็นส่วนตัว ความสะอาดและความปลอดภัยมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

สภาพการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีกล่าวได้ว่าเป็นจังหวัดที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีทุกฤดูกาล เป็นพื้นที่ที่มีทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่มีศักยภาพระดับสูงและมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ในช่วงก่อนสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 129 กิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย สภาพภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้และที่ราบลุ่มแม่น้ำที่นี้จึงเป็นดินแดนแห่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยระบบนิเวศของผืนป่าถูกแต่งแต้มสีสันด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม บนวิถีแห่งความเรียบง่ายในปัจจุบัน กาญจนบุรีได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์หลากหลายยุคสมัยที่มีการผสมผสานวิถีชีวิต ความเป็นอยู่และภาษา กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น จากไทย มอญ กะเหรี่ยง ขมุ ลาว พม่า เป็นต้น ที่อพยพจากสงครามมาตั้งถิ่นฐานในเขตดินแดนของประเทศไทย ด้วยพื้นที่แนวชายแดนด้านทิศตะวันตกที่ตั้งอยู่ติดกับพม่า นำไปสู่เอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละย่านที่ถูกผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม ในวิถีการอยู่ร่วมกันจนเกิดความกลมกลืนเป็นอัตลักษณ์ที่มาพร้อมธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมที่โดดเด่น และสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากเป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแคว สะพานสายประวัติศาสตร์หรือที่เรียกกันอีกชื่อว่า “เส้นทางสายมรณะ” จากชีวิตของเชลยศึกนับหมื่นที่สูญเสียไป ระหว่างการสร้าง

โดยปัจจุบันมีการยกย่องให้สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นสัญลักษณ์แห่งสันติภาพ เพื่อระลึกถึงความเจ็บปวดและบทเรียนในอดีต

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญการพัฒนาแนวทางการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี ที่รวมถึงเส้นทางรถไฟตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สร้างจิตสำนึกผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีการผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม ได้ประสบการณ์การเรียนรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่างผ่านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในพื้นที่ สร้างความเข้าใจเรื่องราวประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสายมรณะ สะท้อนแง่มุมด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเล่าเรื่องในเชิงสมดุลธรรมชาติที่ตอบโจทย์พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

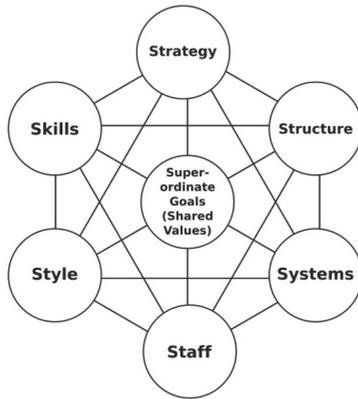
1. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษที่เดินทางมาเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี
2. ศึกษาหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี
3. แนวทางการพัฒนาการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี

## กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี มีการกำหนดลักษณะของการศึกษา โดยมีประเด็นการศึกษา 3 ส่วน คือ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และด้านการบูรณาการ ดังนี้

### 1. แนวคิดด้านการจัดการ

การจัดการทุนที่มีอยู่ในพื้นที่ หรือ ทุนทางสังคม คือวิถีคิด และระบบความรู้ในการจัดการวิถีของความเป็นชุมชน เช่น การจัดการทรัพยากร การจัดระบบความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันในสังคมชุมชน (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2541) ซึ่งมีทั้งมิติที่กว้างขวางครอบคลุมในสิ่งที่ป็นรูปธรรม ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และมิติที่เป็นนามธรรม ได้แก่ เรื่องของวัฒนธรรม (วารุณี โรมรัตนพันธ์, 2548)

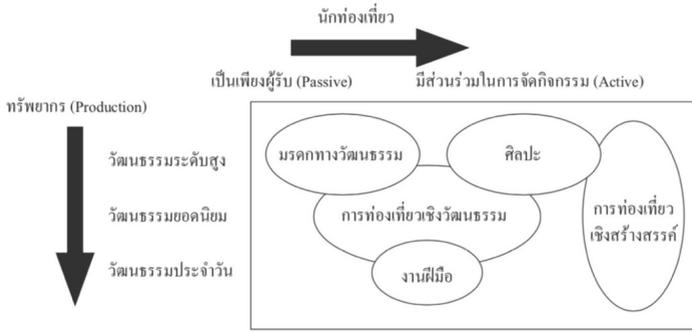


ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด การจัดการท่องเที่ยว McKinsey 7S Model Framework

- **Strategy:** กลยุทธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความลงตัวของคัพระกอบที่นำมาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมาย
- **Structure:** โครงสร้าง ลำดับความสำคัญในการจัดการแบ่งหน้าที่ของบุคลากร
- **System:** ทุกคนต้องมีความร่วมมือและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน
- **Staff:** ต้องมีใจรัก มีความรู้ ความรับผิดชอบ ที่จะบริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
- **Skill:** ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- **Style:** รูปแบบการทำงานที่ลงตัว และพอใจกับทุกคนและเข้ากับวิถีในพื้นที่
- **Share:** การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การแก้ไขปัญหา เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

## 2. แนวคิดด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) ทำได้เพียงมองดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านสายตาหรือการเยี่ยมชมและการซื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Active) ผ่านทางการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล เพื่อซึมซับเอกลักษณ์ (Identity) ของแต่ละท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยชีวิตชีวา และลดความน่าเบื่อหน่ายของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม (Greg Richards, 2010a)



ภาพที่ 2 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010a)

### 3. แนวคิดด้านการบูรณาการ

การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์บูรณาการในรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และเป็น การบูรณาการปรากฏการณ์ในระบบของการท่องเที่ยวกับความรู้ หลักการ แนวคิด ทฤษฎีจาก ศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งด้านสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มาเป็น ศาสตร์แบบสหวิทยาการ ประกอบด้วยทฤษฎีและองค์ความรู้เฉพาะทางของการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการมุ่งเน้นการตอบสนองการเคลื่อนไหวตัวของนักท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว ตั้งแต่ ออกเดินทางจนกลับสู่ที่อยู่อาศัยปกติ จึงเป็นการบูรณาการเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานทางการ ท่องเที่ยว (Tourism Demand and Supply) อย่างสมดุล

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีลักษณะการบูรณาการนำเรื่องราวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในบริบทพื้นที่ ที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นพหุวัฒนธรรมเฉพาะ ให้เกิดการเรียนรู้และเห็นความสำคัญ คุณค่า ทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

### วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อศึกษา แนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์- วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีกระบวนการดำเนิน งานวิจัย ดังนี้

#### ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยว ในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรีกำหนดขนาดโดยใช้

วิธีการ เปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) (Cohen, Manion, and Morrison, 2000 : 94-95) ที่ประชากรจำนวนมากว่า 1,000,000 คน ระดับความเชื่อมั่นในการสุ่ม 95% ได้ขนาด ตัวอย่างจำนวน 384 คน จึงกำหนดขนาดของ ตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน ทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยใช้พื้นที่เป็นกลุ่มในการสุ่ม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา หลังจากได้นิยามปฏิบัติการของ ตัวแปรทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านการออกแบบ ด้านวัฒนธรรม และด้านกลยุทธ์ ทั้งหมด 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of item congruency)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐาน การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) ผู้วิจัยจะใช้สถิติ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สถิติ Independent Sample t-test ใช้สำหรับการวิเคราะห์ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง ส่วนค่าสถิติ One way ANOVA (f-test) จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีมากกว่า 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี Sheffe และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม บนพื้นที่ เส้นทางรถไฟสายมรณะจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว  
ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ

ประเภทและกิจกรรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เที่ยวน้ำตก	398	99.5
ล่องแพ เล่นน้ำ	251	62.8
เดินป่า/ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ	125	31.3
ป็นเขา	76	19.0
ขี่ช้าง	79	19.8
เที่ยวชมสวนสัตว์	24	6.0
พักผ่อน/คาเฟ่/ร้านอาหาร	124	31.0
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี	24	6.0
สถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์	109	27.25
แหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟร้อยสงครามโลกครั้งที่ 2	131	32.75
พักผ่อนด้วยเดนท์	27	6.75
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	20	5.0
วิถีชีวิตชุมชน	22	5.5
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	20	5.0
อื่น ๆ	0	0.0

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมประเภท เที่ยวน้ำตก โดยมีจำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 99.5 รองลงมาคือ มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมประเภท ล่องแพ เล่นน้ำ โดยมีจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 อันดับสามคือ มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมประเภท แหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟสายมรณะ ร่องรอยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 อันดับสี่คือ มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมประเภท เดินป่า/ ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ โดยมีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 จากผลการสำรวจแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและความสนใจในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟสายมรณะ อยู่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่มีความผจญภัย และการได้สัมผัส ใกล้เคียงธรรมชาติ

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษที่เดินทางมาเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวกับครอบครัว เลือกที่จะพักค้างคืน ใช้ระยะเวลา 3 วัน 2 คืน มีงบประมาณ 3,001-5,000 บาทในการใช้จ่าย และมีวัตถุประสงค์มาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน

3. ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า แต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งจะอธิบายดังตารางที่ 2-5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม	ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ	กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว	ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว	ผลกระทบสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19	พฤติกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรม	ความเข้าใจ/การรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่าง	แนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคต
การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม	1							
ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ	.634**	1						
กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว	.512**	.799**	1					
ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว	.425**	.548**	.446**	1				
ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19	.479**	.553**	.483**	.586**	1			
พฤติกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรม	.519**	.659**	.583**	.561**	.644**	1		
ความเข้าใจ/การรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่าง	.518**	.643**	.607**	.543**	.635**	.881**	1	
แนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคต	.342**	.543**	.470**	.555**	.534**	.599**	.668**	1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า ตัวแปรต้นแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันระหว่าง .425 ถึง .799 ซึ่งไม่เกิน .90 (Hair and et, al. (2010) แสดงว่าตัวแปรต้นไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) และตัวแปรต้นทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง .342 ถึง .555 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงสามารถนำตัวแปรต้นทุกตัวไปวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ด้วยวิธีนำเข้าตัวแปรต้นทุกตัวพร้อมกัน (Enter) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.249	0.161		1.545	0.123
	การรับรู้ประวัติศาสตร์และพฤติกรรม	0.082	0.044	0.080	1.835	0.067
	ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ	0.250	0.062	0.260	4.049	0.000**
	กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่น่าท่องเที่ยว	0.103	0.050	0.114	2.059	0.040*
	ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว	0.147	0.044	0.145	3.337	0.001**
	ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19	0.326	0.045	0.322	7.276	0.000**
R = .754, R <sup>2</sup> = .568, Adj R <sup>2</sup> = .562, Std. Error = .520, Sig of F = .000						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Sig = .000) กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่น่าท่องเที่ยว (Sig = .040) ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Sig = .001) และ ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 (Sig = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมมากที่สุดคือ ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (Beta = .322) รองลงมาคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Beta = .260) ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Beta = .145) และ กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว (Beta = .114)

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจการรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่าง

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.494	0.155		3.185	0.002
	การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม	0.094	0.043	0.097	2.201	0.028*
	ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ	0.146	0.059	0.160	2.464	0.014*
	กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว	0.187	0.048	0.217	3.879	0.000**
	ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว	0.127	0.042	0.131	2.988	0.003**
	ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19	0.307	0.043	0.318	7.107	0.000**
R = .747, R <sup>2</sup> = .558, Adj R <sup>2</sup> = .552, Std. Error = .500, Sig of F = .000						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจ/การรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่าง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจ/การรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่าง ได้แก่ การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม (Sig = .028) ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Sig = .014) กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว (Sig = .000) ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Sig = .003) ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (Sig = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจ/การรับรู้ในวัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุดคือ ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (Beta = .318) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่นำท่องเที่ยว (Beta = .217) ทรัพยากรการท่องเที่ยวใน

พื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Beta = .160) ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Beta = .131) และ การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม (Beta = .097)

**ตารางที่ 5** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคต

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.872	0.195		4.471	0.000
	การรับรู้ประวัติศาสตร์และพหุวัฒนธรรม	-0.097	0.054	-0.091	-1.797	0.073
	ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ	0.266	0.075	0.264	3.567	0.000**
	กิจกรรมการท่องเที่ยว (วัฒนธรรมท้องถิ่น) ที่น่าท่องเที่ยว	0.063	0.061	0.066	1.033	0.302
	ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว	0.302	0.053	0.283	5.655	0.000**
	ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19	0.248	0.054	0.233	4.570	0.000**

R = .652, R<sup>2</sup> = .425, Adj R<sup>2</sup> = .418, Std. Error = .629, Sig of F = .000

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคต พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคต ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Sig = .000) ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Sig = .000) ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (Sig = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในอนาคตมากที่สุด คือ ความเหมาะสมในการบริการท่องเที่ยว (Beta = .283) รองลงมาคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ (Beta = .264) และ ผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (Beta = .233)

## อภิปรายผล

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ของงานวิจัยนี้พบว่า มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์กันของปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปแนวทางทางการออกแบบอัตลักษณ์และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี การพัฒนาเบื้องต้นของกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้หลักการออกแบบบริการและการสังเคราะห์ข้อมูลที่น่าเสนอก่อนหน้านี้ มี 3 ตัวแปรที่มีความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบ ได้แก่ พื้นที่พหุวัฒนธรรม นักท่องเที่ยว (คนนอกพื้นที่) และชุมชน (คนในพื้นที่)

มิติด้านพื้นที่ พบว่า พื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ มีความหลากหลายทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม จึงทำให้มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่หากแต่ไม่ทั่วถึงกับทุกพื้นที่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกาญจนบุรี มักจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงนำกระบวนการออกแบบมาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวและออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวให้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทุนวัฒนธรรมเป็นต้นแบบของการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยดึงอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในพื้นที่มาใช้เป็นองค์ประกอบในกิจกรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และให้พื้นที่ชุมชนสามารถจัดการพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

มิตินักท่องเที่ยว (คนนอกพื้นที่) พบว่า นักท่องเที่ยวจัดอยู่ในประเภทชอบความสนุกสนาน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสนใจในองค์ประกอบสำคัญต่าง ๆ เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต องค์ประกอบเหล่านี้จะถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมให้ได้รับประสบการณ์ที่ดี ภายใต้อุดมการณ์ของนักท่องเที่ยวจริง ความต้องการของตลาดจริงในบริบทพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ

มิติของชุมชน (คนในพื้นที่) พบว่า คนในพื้นที่โดยเฉพาะในชุมชน มีศักยภาพและมีความพร้อมของการเป็นเจ้าของที่ดี มีความเป็นผู้นำ เปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เพื่อที่เป็นการหารายได้และได้ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ผ่านการได้สัมผัสอย่างภูมิใจ

รูปแบบการแนวทางการพัฒนาการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี ผ่านกระบวนการวิจัยโดยการดึงองค์ประกอบด้านอัตลักษณ์จากพื้นที่ในการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมทางชาติพันธุ์ คือ อาหาร เครื่องแต่งกาย และศิลปะ ในบริบทการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ มีส่วนสัมพันธ์

กับ วัฒนธรรม เพราะ วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางคั่นระหว่างธรรมชาติของมนุษย์และการหล่อหลอม บุคลิกภาพ (Personality) ของคนคนหนึ่ง วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ นอกจากนี้ยังกล่าวสรุปว่า แท้จริงแล้ว อัตลักษณ์ คือเรื่องของภาพลักษณ์ของตัวตนของมนุษย์เรา (Images of oneself) ที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social interaction) และเป็นความเข้าใจ ทั้งในระดับที่เรามีต่อตนเองและในลักษณะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมตลอดชั่วชีวิตของเรา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จูซาพอร์รี ผดุงชีวิต (2551) นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว Creative Tourism และ Eco Tourism โดยใช้ศิลปะการออกแบบจากการศึกษาการให้ความหมายของสัญลักษณ์ผ่านงานออกแบบอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในกิจกรรมจากการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับ เข้าใจ และเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างผ่านประสบการณ์การได้สัมผัสทั้ง 5 (5S = 5 Senses Experience) ประกอบด้วย การมองเห็น (See) การลิ้มรส (Savor) การได้กลิ่น (Scent) การได้ยิน (Sound) และ การบริการ (Service) ร่วมกับทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ด้วย 7s McKinsey ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จากการคัดเลือกพื้นที่ทดลองและกลุ่มตัวอย่างจากเนื้อหา (Content) ทางพื้นที่ในเส้นทางรถไฟสายมรณะ ในรูปแบบการท่องเที่ยว Dark Tourism ผสานกับ Cultural Tourism และจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) สู่การสร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่แบบผสมผสานและปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ให้เกิดการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ผ่านการมีส่วนร่วมระหว่างคนในพื้นที่ (ชุมชน) และคนนอกพื้นที่ (นักท่องเที่ยว) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน โดยที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างผ่านการนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่วนคนในพื้นที่ได้เรียนรู้ถึงความต้องการผ่านวัฒนธรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจจนทำให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำและบอกต่อในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

กิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดกาญจนบุรี ในงานวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้รับรู้ถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเส้นทางรถไฟสายมรณะในปัจจุบัน หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา ที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปเฉพาะเจาะจงมากขึ้น และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการเดินทางไปสัมผัสธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนจากสังคมเมืองและผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน จังหวัดกาญจนบุรีจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน ซึ่งสามารถใช้เป็น

กรณีศึกษาเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่ กับสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่หลากหลายสู่การนำไปพัฒนากิจกรรมให้มีความเหมาะสมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม และเกิดความยั่งยืนอย่างควบคู่ระหว่างพื้นที่และคนในชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- จุฑาพรรษ์ ผดุงชีวิต. (2551). *วัฒนธรรม การสื่อสารและอัตลักษณ์ = Culture, communication and identity*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวิฑูมิ โรมรัตนพันธ์. (2548). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยการผลิตของเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2541). การผสมผสานทางชาติพันธุ์และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม: รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์. *รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- Adhikary, M. (1995). *Management of Ecotourism*. Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Ministry of Tourism & Sports. (2021). *Tourism Economic Review* (รายงานสถานะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว). Retrieved August 15, 2021 from [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20210521170904.pdf?fbclid=IwAR0\\_4l\\_k1ploN0dj-N6UNPMg4lnO96Q9UzZ2htsPU\\_QimPW-by7HloKYz4k](https://www.mots.go.th/download/article/article_20210521170904.pdf?fbclid=IwAR0_4l_k1ploN0dj-N6UNPMg4lnO96Q9UzZ2htsPU_QimPW-by7HloKYz4k)
- Ministry of Tourism & Sports. (2020). *Tourism Economic Review* (รายงานสถานะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว). Retrieved August 15, 2021, from [https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/3-1TourismEconomicIssue3\(April-June63\).pdf](https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/3-1TourismEconomicIssue3(April-June63).pdf)
- Padungchewit, Chutapan. (2008). *Culture, communication and identity* (วัฒนธรรม การสื่อสาร อัตลักษณ์). (2nd ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press (CUPRINT).
- Richards, Greg. (2018). *Panorama of Creative Tourism around the World*. Retrieved August 14, 2021, from [https://www.sac.or.th/databases/sac\\_research/research-item-search.php?ob\\_id=237](https://www.sac.or.th/databases/sac_research/research-item-search.php?ob_id=237)
- Richards, Greg., Wisansing, Juthamas., Paschinger, Elena., & DASTA Team. (2018). *Creating Creative Tourism Toolkit (คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์)*. [online] Retrieved August 15, 2021 from [https://issuu.com/trumpet255/docs/dasta\\_ct-toolkit\\_eng](https://issuu.com/trumpet255/docs/dasta_ct-toolkit_eng)