

.....
**การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น
: กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา**

**The Development of Indigenous Cultural Community Tourism Plan
Management : A Case Study of Betong District, Yala Province**

สุวิมล แซ่ก่อง¹ สุวิมล อิศระธนาชัยกุล² และสตาวิท จันจุฬา³

Suwimon Sae Kong¹, Suwimol Issarathanachai², and Satawit Janjula³

^{1,2,3} อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{1,2,3} Lecturer of the Public Administration Program Faculty of Humanities and Social Sciences Yala Rajabhat University

E-mail: suwimon.s@yru.ac.th, suwimol.i@yru.ac.th, satawit.j@yru.ac.th

Received: Jul. 14,2025; Revised: Oct. 8,2025; Accepted: Oct. 21,2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น 2.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น และ3.เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตงจำนวน 389 คน วิธีการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน และข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1.การวิเคราะห์ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2.ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 3.ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมด้านความร่วมมือของภาครัฐ และเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนา การจัดการ แผนการท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรมพื้นถิ่น

Abstract

The purpose of this study was to study the level of needs of tourists with The development of indigenous cultural community tourism plan management to study the relationship of personal factors with the development of indigenous cultural community tourism plan management. And to study suggestions for the development of indigenous cultural community tourism plan management the sample used in the research study consisted of 389 tourists who came to travel in Betong District. Research methodology a mixed-methods research approach. The research tools were questionnaires and

samples of representatives of local government organizations, and entrepreneurs people in the area. The research tools were interview forms, data analysis using statistics, percentages, arithmetic mean, standard deviation (Standard Deviation), and Analysis of Variance (ANOVA). The development of indigenous cultural community tourism plan management is an analysis of data using content analysis. The results of the study found that the analysis of tourist demand levels and the development of indigenous cultural community tourism management plans are at the highest level. The relationship between personal factors and the development of indigenous cultural community tourism management plans it was found that personal factors, age, occupation and average monthly income had a significant effect on the development of indigenous cultural community tourism management plans at a difference of 0.05. Suggestions to develop indigenous cultural community tourism plan management found that cultural tourism management promotes government cooperation and the private sector in tourism development.

Keywords: Development, management, community tourism plan, indigenous culture

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก ภาพรวมการเติบโตของตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทยสู่วิถีชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยต้องปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดและรวดเร็วที่สุดคือ การท่องเที่ยว โดยมีประชากรนับพันล้านคนทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยว ทุกปีและคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3.3 เปอร์เซ็นต์ ทุกปีจนถึงปี 2579 (ค.ศ. 2030) แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2566 – 2570 ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovative & Smart Tourism) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับและเทียบเท่าสากล (Global Standardization) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและยกระดับศักยภาพของบุคลากรภาคบริการท่องเที่ยว (Upskill and Reskill) และยุทธศาสตร์พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคที่เกี่ยวข้อง (Tourism Networking) (กองพัฒนาการบริการ กรมการท่องเที่ยว, 2565)

การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการสร้างให้คนในชุมชนท้องถิ่นเห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นในการอนุรักษ์ พัฒนาต่อยอดและเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจ (วรพงศ์ ผูกภู และคณะ, 2564) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพิเศษ การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยว มีความหลากหลายของกิจกรรมโดยผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการยกระดับคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนในการเข้าถึงและเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวและการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริม

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เกี่ยวข้อง การส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมความสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับต่างประเทศ (ทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช, 2564)

เบตง นับเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ใต้สุดของประเทศไทยเป็นเมืองที่มีธรรมชาติที่สวยงามจึงทำให้นักท่องเที่ยวจากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และรับประทานอาหารประจำถิ่นของอำเภอเบตง (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง, 2564) อำเภอเบตง เป็นเมืองต้นแบบการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว เพื่อขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่ (ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, 2564) อำเภอเบตงมีศักยภาพในการท่องเที่ยวที่ดีมีความพร้อมทั้งในส่วนของการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ระบบการคมนาคมขนส่ง การจัดการการท่องเที่ยวในอำเภอเบตงยังขาดความเป็นระบบและขาดแผนแม่บทที่ชัดเจนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำการวางแผนการท่องเที่ยวที่ขาดวิสัยทัศน์ร่วมกัน (พิพัฒน์ วงศ์วิวัฒน์ และคณะ, 2566) การขาดแผนการท่องเที่ยวที่มาจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริงทำให้ศักยภาพของชุมชนในการร่วมพัฒนาและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวถูกกลืนเลย (อรุณี จันทระเสนา, 2565) ปัญหาที่เห็นได้ชัดและส่งผลต่อการพัฒนา คือ ขาดการประสานงาน และความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ (สมชาย พัฒนวงศ์, 2564) จากปัญหาที่กล่าวมาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อสังเคราะห์แนวทางการจัดการแผนการท่องเที่ยวอำเภอเบตงที่มีความเป็นระบบ บูรณาการและตั้งอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของอำเภอเบตงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยว

พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมี 4 องค์ประกอบคือ (1) มีขอบเขตของการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (2) ให้ความสำคัญแก่ชุมชนดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (3) ทุกภาคส่วนต้องได้รับประโยชน์ร่วมกัน (4) ต้องขึ้นตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในชนบท (จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554) โดยองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว (2) ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (3) ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว (4) ด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว (5) ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น การสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว (6) ด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว (อานนท์ สีดาเพ็ญ, 2559) การสร้างประสบการณ์มีคุณค่าและมีความหมาย (Meaningful Experiences) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในระยะยาวไม่ได้วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวแต่จากคุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับเชื่อมโยงกับความเป็นอยู่ที่ดี (Wellbeing) ของนักท่องเที่ยวเองและของชุมชน เจ้าบ้าน การออกแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน (Moscardo & Murphy, 2021)

สรุปการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการร่วมมือดูแลแหล่งท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบในสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการทางการท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีความหมายให้กับนักท่องเที่ยว

2. แนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถบูรณาการ ด้านประสบการณ์ไปสู่ นักท่องเที่ยว เช่น ศิลปวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพของพื้นที่ 6 องค์ประกอบ (6 A's) คือ (1) สถานที่ดึงดูดใจ (Attraction) (2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ระบบการขนส่ง เส้นทาง ถนน สถานี และยานพาหนะ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง ธารสาธารณะที่สามารถบริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ ที่พักอาศัย ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านสะดวกซื้อ (4) สิ่งอำนวยความสะดวกเหมารวม (Available Package) มีเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง ภาครัฐ ภาคเอกชน อำนาจความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (5) กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว (6) การช่วยเหลือพิเศษและการบริการ (Ancillary service) เช่น ธนาคาร ระบบการติดต่อสื่อสาร (Buhalis, 2000) รูปแบบ การท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สร้างความหมายและประสบการณ์ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะต้องอำนวยความสะดวกและสร้างพื้นที่ให้เกิดการร่วมสร้างสรรค์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนจะสร้างความผูกพันที่ลึกซึ้งต่อแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (Richards, 2023) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยระบบนิเวศอัจฉริยะ (Smart Ecosystem) เปลี่ยนบทบาทจากผู้ทำการตลาดไปสู่ผู้จัดการระบบนิเวศที่ใช้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-time Data) ในการบริหารจัดการทรัพยากร การจัดการความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว และการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalized Experience) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Buhalis, 2022)

สรุปการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ การจัดการบริการและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่สร้างความหมายและประสบการณ์ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยระบบนิเวศอัจฉริยะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแผนการท่องเที่ยว

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยวิธีการส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่น เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชน วิธีการและความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นและสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์วิถีชีวิตและความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น (อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, 2542) การวางแผนการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือกิจกรรมซึ่งจะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ตรงใจ (Martinez et al., 2020) การวางแผนการท่องเที่ยวสมัยใหม่ การวางแผนเชิงรุกเพื่อเตรียมความพร้อมลดความเสี่ยงและสร้างกลไกการฟื้นตัวที่รวดเร็ว แผนการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Ritchie & Jiang, 2020)

สรุปการจัดการแผนการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้น การวางแผนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและบริการ การวางแผนการท่องเที่ยวสมัยใหม่มุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากถิ่นฐานที่พำนักเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล 2561) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท คือ (1) มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อน (2) มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่อยู่เดิมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ (3) มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (4) มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูงอาจเป็นไปเพื่อการศึกษาการประชุมและการติดต่อธุรกิจ (McIntosh and Gupta, 1981) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบการเรียนรู้ การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี (อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, 2542) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ ๆ (Reisinger, 1994) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทศกาล การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทางศาสนา (วาลิกา แสนคำ, 2545) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้นลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมการสร้างกระบวนการที่ชุมชนท้องถิ่นได้ฟื้นฟู ฟื้นคืน และจัดการมรดกวัฒนธรรมของตนเอง (Murzyn-Kupisz & Dzialek, 2021) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีต้องเคารพสิทธิของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมและสร้างประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง องค์ประกอบที่สำคัญ รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Engagement) และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (Equitable Benefit Sharing) (Jamal & Budke, 2020)

สรุปการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น คือ มีมูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ ในความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์มีส่วนร่วมในวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรม การสร้างกระบวนการที่ชุมชนท้องถิ่นได้ฟื้นฟู และจัดการมรดกวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน การแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

5. องค์ประกอบและประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทศกาล การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ (1) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ (2) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงซากผังเมืองในอดีต (3) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่าง ๆ (4) ความน่าสนใจทางดนตรี (5) การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ (6) ภาษาและวรรณกรรม (7) ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา (8) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน (วาลิกา แสนคำ, 2545) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคมและให้ทุกฝ่ายร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยุคใหม่รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน (Contemporary and Everyday Culture) เช่น ศิลปะข้างถนน

(Street Art) เทศกาลดนตรี และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม (Richards, 2021) และองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการตัดสินใจและได้ประโยชน์ การสร้างความรู้สึกรักและจิตสำนึก ความสมดุลระยะยาวการสร้างรายได้ในท้องถิ่น (กันยารัตน์ คงพร, 2568)

สรุปองค์ประกอบและประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทางศาสนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยุคใหม่รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน การอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นมีบทบาทในการตัดสินใจและได้ประโยชน์

6. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน

ท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผนการบริหารงานและการตลาด การพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการวางแผนและการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ดำเนินการจัดการตามกลยุทธ์ (กลยุทธ์ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ นโยบายทางการท่องเที่ยวกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่นส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 2 การวางแผนร่วมกัน การให้ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนจะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท กลยุทธ์ที่ 3 การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (Fitts & Lei, 2000) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านความรู้และการสร้างจิตสำนึก การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม (ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์, 2564) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนต้องใช้ศักยภาพในการสร้างสรรค์และนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว การใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว (จำเริญ ชุณหโสภาค และคณะ, 2568)

สรุปการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญ ที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาด การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนต้องใช้ศักยภาพในการสร้างสรรค์และนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์

7. ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความต้องการทางการท่องเที่ยวเป็นกรอบพื้นฐานในการวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว คือ (1) ความต้องการทางกายภาพที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต (2) ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยว (3) ความต้องการทางสังคมโดยการปฏิสัมพันธ์หรือพบปะเพื่อนใหม่ในขณะเดินทางท่องเที่ยว (4) ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเอง ด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่น (5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิตด้วยการเสริมสร้างประสบการณ์จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (Pearce, 1992 อ้างถึงใน Goeldner & Ritchie, 2003) ความต้องการพื้นฐานที่สุดของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนมาอยู่ที่ความปลอดภัยและสุขอนามัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัย และนโยบายที่ยืดหยุ่นซึ่งรับประกัน

ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจะมองหาที่พัก สายการบิน และกิจกรรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสุขอนามัย (Cohen, 2021) ความต้องการประสบการณ์ที่แท้จริง (Authentic Experiences) การได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และเรื่องราวของผู้คนในพื้นที่ (Richards, 2022)

สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการทางกายภาพ ต้องการผ่อนคลาย ด้วยการพักผ่อน การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต ความต้องการความปลอดภัยในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเองด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศ ความต้องการความปลอดภัยและสุขอนามัย ความสัมผัสกับ วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ ความต้องการประสบการณ์การได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และเรื่องราวของผู้คนในพื้นที่

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา สุคันธสิริกุล และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวงานประเพณีแห่เทียนพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในส่วนของการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการเป็นรายด้านของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยเพศ ปัจจัยสถานภาพ ปัจจัยอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ ปัจจัยสถานภาพแตกต่างกันความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ไม่แตกต่างกันปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับ การศึกษา ปัจจัยรายได้บุคคลต่างมีความต้องการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านอายุเมื่อวิเคราะห์ ความต้องการรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยรายได้ส่วนบุคคลมีความต้องการ ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทศพร มิตรวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย (1) การมีผู้นำที่เข้มแข็ง (2) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการในรูปแบบภาคประชาชนร่วมการวางแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (3) กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (6) การสร้างเครือข่ายและความไว้วางใจ เชื่อใจ สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทรัพยากรการท่องเที่ยว

นุชประวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความคิดเห็นการบริหารจัดการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช (2564) ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวการส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัลลภ วรรณโอสถ (2564) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถี เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ คือ ทรัพยากรของชุมชน การดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว

นริศรา กรุดนาค (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทาง วัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องการแผนที่ทุนทางวัฒนธรรม ต้องการประชาสัมพันธ์ ทุกกลุ่มอาชีพในชุมชนมีความร่วมมือ กันในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สภาพการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงจากปัจจัยเอื้อ คือ ทุนภายในชุมชนการมีส่วนร่วม

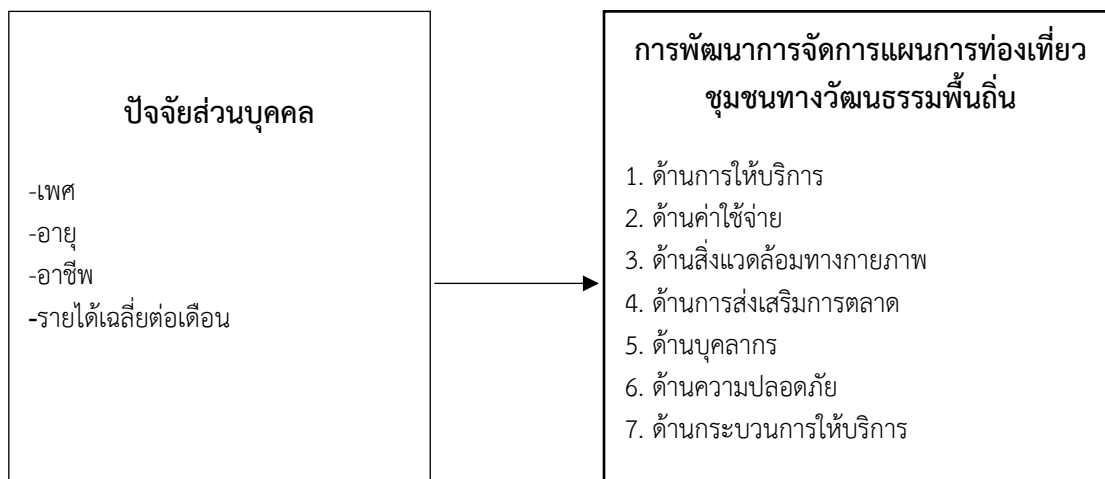
ภายในชุมชนปัจจัยสนับสนุน ทุมนมนุษย์ ทุมนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชุมชน ประสพการณ์ สิ่งแวดล้อม และเทคนิค

นิจพร แสงสุขเอี่ยม (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนการค้นคว้าข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในพื้นที่เพิ่มเติมและนำฐานทรัพยากร มาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

พัชรินทร์ เมธวัฒน์ธรากุล และสรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ผู้นำที่แข็งแกร่งทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนมีเป้าหมายในการมีส่วนร่วม กำหนดนโยบายร่วมกัน และมีระบบการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ในความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการให้บริการมีระบบการติดต่อสื่อสาร มีตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ราคาที่พัก ราคาอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา การรักษาสุขภาพ ป้ายข้อความบอกจุดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์ ของที่ระลึกแสดงถึงเอกลักษณ์ ด้านบุคลากรในการบริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ด้านความปลอดภัยมีระบบดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน และด้านกระบวนการให้บริการที่ถูกต้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การกำหนด กรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นและปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นในด้านการให้บริการ ด้านการใช้จ่าย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย

และด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคลมีผลในการให้ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) โดยวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเพื่อสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ (1) การศึกษาเอกสาร (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง ปี 2566 จำนวน 14,452 คน (ศุลกากรเบตง, 2566) การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน

2. ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 30 คน ได้แก่ กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และกลุ่มตัวแทนประชาชนในพื้นที่ จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสอบถาม สอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านกระบวนการให้บริการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

แนวทางในการสร้างแบบสอบถามและการพัฒนาแบบสอบถาม

1. ผู้ศึกษาวิจัยได้รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย จากเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบข้อความในแต่ละข้อของแบบสอบถามว่าคำถามมีความสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดตามนิยามของตัวแปรต่าง ๆ

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นกับประชากร ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) โดย ครอนบาค (Cronbach, 1990) ซึ่งค่าความเชื่อมั่น มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป โดยความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าอยู่ที่ 0.973

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลโดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาโดยมีการหาค่าวิเคราะห์ผล ดังนี้

(1) ใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการอธิบายข้อมูลทั่วไป

(2) ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อโดยกำหนดเกณฑ์ในการจัดระดับใช้วิธีแปลผล โดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ได้แบ่งคะแนนเป็นช่วง ๆ (วัน เดชพิชัย, 2535) ในแต่ละช่วงมีความหมายดังนี้ คือ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

(3) การทดสอบแบบ One-Way ANOVA สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

(4) คำถามปลายเปิดในแบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยภาพรวม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์เนื้อหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (inductive analysis) ซึ่งเป็นการตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) ก่อนที่จะเริ่มวิเคราะห์ ผู้วิจัยจำเป็นต้องเตรียมข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมสำหรับการวิเคราะห์การถอดเทป (Transcription) (2) การทำความเข้าใจกับข้อมูล (Data Immersion/Familiarization) ฟังข้อมูลทั้งหมดซ้ำไปซ้ำมาหลายๆ รอบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลทั้งหมด (3) การสร้างรหัส (Coding) ให้ชื่อกับส่วนของข้อมูลเกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัย (4) การสร้างหมวดหมู่และประเด็นหลัก (Generating Categories and Themes) นำรหัสเหล่านั้นมาจัดกลุ่ม (5) การทบทวนและนิยามประเด็นหลัก (Reviewing and Defining Themes) ผู้วิจัยต้องทบทวนความเหมาะสมของประเด็นหลักเหล่านั้นอีกครั้ง (6) การเขียนรายงานผลการวิเคราะห์ (Writing the Report)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

การศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการ แผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ด้านการให้บริการ	4.5255	0.50041	มากที่สุด
ด้านค่าใช้จ่าย	4.5244	0.49544	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.5316	0.50702	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.5347	0.51343	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.5326	0.50614	มากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการ แผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ด้านความปลอดภัย	4.5265	0.50893	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.5368	0.51654	มากที่สุด
ผลรวมทั้งหมดความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ พัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	4.5298	0.50073	มากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5298) อธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5255) ด้านค่าใช้จ่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5244) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5316) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5347) ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5326) ด้านความปลอดภัย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5265) และด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5368)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ปัจจัยส่วนบุคคล	การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	
	F	Sig.
เพศ	-.1814	0.070
อายุ	4.633	0.000
อาชีพ	4.113	0.001
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	3.173	0.008

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นในภาพรวม มีดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของแต่ละเพศต่างก็มีความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผน การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของแต่ละอายุต่างก็มีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของแต่ละอาชีพต่างก็มีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของแต่ละรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างก็มีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และจากข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามที่ได้สอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์

เนื้อหา (Qualitative Content Analysis) การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เอกสาร หรือสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสรุป และอธิบาย ปรากฏการณ์ที่ศึกษา กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้ (1) การเตรียมข้อมูล (2) การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (3) การจัดกลุ่มสร้างหมวดหมู่ (4) การสังเคราะห์และสร้างประเด็นหลัก (5) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (6) การตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูล นำข้อสรุปเบื้องต้นตรวจสอบว่าตรงกับสิ่งที่ต้องการ สื่อสาร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

กลุ่ม	ข้อเสนอแนะ
กลุ่มตัวแทน องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	1. การวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน
	2. ตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี
	3. พัฒนากฎและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
	4. การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา
	5. สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
	6. การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ชูจุดเด่นด้านพหุวัฒนธรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน)
กลุ่ม ผู้ประกอบการ	1. การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน
	2. แผนการให้บริการในด้านที่เพิ่มความพึงพอใจในการรองรับนักท่องเที่ยว
	3. แผนการรองรับนักท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมและเครื่องดื่ม
	4. การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก
	5. ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลายตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน เน้นกิจกรรมผจญภัย เดินป่า และจุดถ่ายรูปที่สวยงาม และกลุ่มผู้สูงอายุ เน้นโปรแกรมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และชื่นชมวัฒนธรรมประวัติศาสตร์
	6. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชนใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย
กลุ่มตัวแทน องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	1. การวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน
	2. ตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี
	3. พัฒนากฎและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
	4. การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา
	5. สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
	6. การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ชูจุดเด่นด้านพหุวัฒนธรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน)
กลุ่ม ผู้ประกอบการ	1. การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน
	2. แผนการให้บริการในด้านที่เพิ่มความพึงพอใจในการรองรับนักท่องเที่ยว

กลุ่ม	ข้อเสนอแนะ
	3. แผนการรองรับนักท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมและเครื่องดื่ม
	4. การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ทั้งในส่วนของที่พักร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก
	5. ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลายตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว: เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน: เน้นกิจกรรมผจญภัย เดินป่า และจุดถ่ายรูปที่สวยงาม และกลุ่มผู้สูงอายุ: เน้นโปรแกรมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และชื่นชมวัฒนธรรมประวัติศาสตร์
	6. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชนใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย
กลุ่มประชาชนในพื้นที่	1. การวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นถิ่นการร่วมประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลาที่เหมาะสม
	2. อาหารพื้นที่ ของฝากของเบตง ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ป้ายราคาสินค้า (Cost) สินค้ามีช่องทางหลากหลายสะดวกสบายในการซื้อ (Convenience) มีการสื่อสารแผนกิจกรรมสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยว (Communication) มีการแจ้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
	3. กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ), เรียนรู้ภาษาพื้นถิ่น
	4. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน
กลุ่มนักท่องเที่ยว	1. แผนด้านการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรมอยู่ในช่วงเดือนใด
	2. สถานที่พักที่มีการบอกระดับดาวของสถานที่พัก
	3. การบอกพิกัดตำแหน่งที่ตั้ง วันเวลาการเปิดปิดของร้านจำหน่ายของฝาก และของที่ระลึก สินค้าพื้นถิ่น
	4. การบอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบล
	5. ป้ายบอกจุดบริการสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา

กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เสนอแนะให้มีการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน การจัดทำตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกการท่องเที่ยว

กลุ่มผู้ประกอบการ เสนอแนะให้จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน แผนการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

กลุ่มประชาชนในพื้นที่ เสนอแนะการวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นถิ่นการร่วมประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลาที่เหมาะสม การมีอาหารพื้นที่ ของฝากของเบตงที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม

กลุ่มนักท่องเที่ยว เสนอแนะการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรม การมีสถานที่พักที่มีการบอกระดับดาวของสถานที่พัก บอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบล

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ คือ (1) วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นจากผลการศึกษาพบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการให้บริการ คือ ห้องสุขาในสถานที่จัดกิจกรรมสะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ความต้องการด้านค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2000) ที่กล่าวว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของการบริการและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถบูรณาการด้านประสบการณ์ไปสู่นักท่องเที่ยว สถานที่ดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักอาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดเตรียมอาหาร เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านสะดวกซื้อ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง ภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานความสะดวก จัดหาให้แก่นักท่องเที่ยว การช่วยเหลือพิเศษและการบริการ รองลงมาคือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม ความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ป้ายข้อความบอกจุดบริการ ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อมากที่สุด รองลงมาคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ ความต้องการด้านบุคลากร คนในพื้นที่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ คนในพื้นที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ระบบดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ในบริเวณท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ มีการเฝ้าระวังอุบัติเหตุ ความต้องการกระบวนการให้บริการ คือ ร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกมีเพียงพอมากที่สุด รองลงมาคือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มสะอาด ส่วนระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมพื้นถิ่น มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด คืออยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย และสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการท่องเที่ยวของ Pearce (1992 อ้างถึงใน Goeldner & Ritchie, 2003) ที่กล่าวว่าในความต้องการทางการท่องเที่ยวมีความต้องการทางกายภาพที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อน ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยวความต้องการทางสังคมโดยการปฏิสัมพันธ์หรือพบปะเพื่อนใหม่ ในขณะเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่นต่าง ๆ และความต้องการในการเสริมสร้างประสบการณ์จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชประวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านมหกรรมและเทศกาลประเพณีอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

วัฒนธรรมพื้นถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา สุคันธสิริกุล และคณะ (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ เมื่อวิเคราะห์ความต้องการรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยรายได้ส่วนบุคคล มีความต้องการด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความสัมพันธ์

กับความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นที่ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชประวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ ปัจจัยอายุ ระดับการศึกษา มีความคิดเห็นความเหมาะสมด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

3. วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นที่ จากผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นที่การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นที่อาศัยความร่วมมือกันของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ร่วมกันวางแผนการท่องเที่ยวในชุมชนด้วยกันเพื่อสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการวางแผนด้านการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ว่ามีแผนอยู่ใน ช่วงเดือนใด การวางแผนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีการบอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบลและมีป้ายบอกจุดบริการสถานที่ท่องเที่ยว การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่มีการให้แต่ละชุมชน มีการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชนในการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ ร้านขายของฝากและของที่ระลึกมียังไม่มากพอในการให้บริการ อากาศสดชื่นสบายเหมาะแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน การวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นที่นั้นไม่ว่าจะเป็นเทศกาลตรุษจีน ไหว้พระจันทร์ เทศกาลกินเจ วันฮารีรายอ กวนอาซูรอ วันสงกรานต์ วันสารทเดือนสิบ หรือจะเป็นอาหารพื้นที่ของเบตง ของฝากพื้นถิ่นของเบตงมาเบตง สอดคล้องกับแนวคิดของอนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (2542) กล่าวว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพมีแผนการรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของกฤษณะ เนียมหอม และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์ (2564) มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยว การวางแผนร่วมกัน การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน สอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช (2564) ได้ทำการศึกษา รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดสงขลา พบว่า มีการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรมโดยผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การยกระดับคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนในการเข้าถึงและเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวและการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวก (3) การพัฒนาบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว คือการสร้างจิตสำนึกประชาชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว การพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะการประกอบธุรกิจสำหรับชุมชนและสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ (4) การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การส่งเสริมการบังคับใช้ และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านความปลอดภัยและการให้คำแนะนำการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว นอกฤดูกาล (5) การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา กรุดนาถ (2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี พบว่า สภาพการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงจากปัจจัยเอื้อ คือ ทุนภายในชุมชนที่สมบูรณ์ มีผู้นำที่มีศักยภาพ มีการมีส่วนร่วม ความไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในชุมชน มีปัจจัยสนับสนุน เช่น ทุนทางทรัพยากรชุมชน ทุนมนุษย์ ทุนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก การพัฒนาเริ่มจากการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวแผนที่ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานของรัฐ องค์กรส่วนท้องถิ่น และประชาชน ผลการพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย HICLEET Model มีองค์ประกอบย่อยได้แก่

- (1) H – History telling (เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์)
- (2) I – Identity (อัตลักษณ์)
- (3) C – Cultural (วัฒนธรรม)
- (4) L – Local Life (วิถีชุมชน)
- (5) E – Experience (ประสบการณ์)
- (6) E – Environment (สิ่งแวดล้อม)
- (7) T – Technical (เทคนิค)

เมืองคัมภีร์ประกอบนี้ องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยเอื้อ (ภายใน) ได้แก่ ผู้นำ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทูทางสังคมของชุมชน ความไวใจ องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยสนับสนุน (ภายนอก) ได้แก่ ทรัพยากรชุมชนทุนมนุษย์ ทุนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิพนธ์ แสงสุขเอี่ยม (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยการรับฟังความคิดเห็นและสนับสนุนให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลลภ วรรณโสม (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเมืองคัมภีร์ประกอบ คือ ทรัพยากรของชุมชนมาใช้ในกิจกรรมของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านงานแบบเชื่อมประสานในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว ด้านความรับผิดชอบต่อพันธสัญญาและมุ่งเน้นด้านจริยธรรม นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างสะดวก ด้านสนับสนุนทาง และด้านสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาถนนหนทางและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง, อุโมงค์ปิยะมิตร) กับชุมชนวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้สะดวกและปลอดภัยยิ่งขึ้น
 2. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานรองรับหลายภาษา (ไทย, อังกฤษ, มลายู, จีน) เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชนการจัดการโฮมสเตย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การตลาดดิจิทัล การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์
 3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจัดการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ด้านพฤติกรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน) ที่อยู่ร่วมกันผ่านเรื่องราว (Storytelling) อาหารและวิถีชีวิต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
 4. ประชาชนและผู้ประกอบการ พัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) พัฒนากิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม อย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ) ภาษาพื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลา
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรม เชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) พัฒนากิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม อย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ) ภาษาพื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลา
5. ผู้ประกอบการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน เน้นกิจกรรมผจญภัยและจุดถ่ายรูปที่

สวยงาม และกลุ่มผู้สูงวัย ผู้ประกอบการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ทั้งในส่วนของที่พักร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ (Product) มีการกำหนดราคาสินค้า (Price) ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการแจ้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมที่ส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า (Customer) มีการติดป้ายราคาสินค้า (Cost) สินค้ามีช่องทางหลากหลายสะดวกสบายในการซื้อ (Convenience) มีการสื่อสารแผนกิจกรรมสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยว (Communication) เพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

8. ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชน ใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเปรียบเทียบโมเดลการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของอำเภอเบตงกับพื้นที่อื่นที่มีบริบททางวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน จังหวัดชายแดนภาคใต้ตอนล่าง
2. ศึกษาในมุมมองของขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน (Carrying Capacity) เพื่อป้องกันปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง (Overtourism) และรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้
3. วิเคราะห์ความต้องการในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ของผู้สูงอายุและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์ใหม่
4. ศึกษาความแตกต่างของความต้องการระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น (Young-Old) และผู้สูงอายุตอนปลาย (Old-Old) เพื่อออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *วารสารร้อยแก่นสาร*, 6(11), 350–363.
- กองพัฒนาการบริการ กรมการท่องเที่ยว. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566–2570 แผนปฏิบัติการกองพัฒนาการบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร:ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล และคณะ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- กันยารัตน์ คงพร. (2568). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม*, 3(4), 123–141.
- จุฑามารณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จำเนียร ชุณหโสภาค และคณะ. (2568). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนสองฝั่งคลอง. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 123–140.
- ทศพร มิตรวงศ์. (2560). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นริศรา กรุดนา. (2566). *การพัฒนาแบบแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- นิจพร แสงสุขเอี่ยม. (2566). การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุชประวีณ์ ลิขิตศรีนัย. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เพรสแอนด์ดีไซน์.
- พัชรินทร์ เมธวัชรานุรักษ์ และสรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์. (2566). การสื่อสารภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 27(3), 8–15.
- พิพัฒน์ วงศ์วิวัฒน์. (2566). การจัดการการท่องเที่ยวสมัยใหม่: บูรณาการภาครัฐ เอกชน และชุมชน. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพงศ์ ผูกภู, ฐิติจำเริญพร, วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล, อสิริ แพทย์เจริญ, พินทุสร อ่อนเปี่ยม, จิตรลดา ปันทอง และศุภรัตน์ นามมนตรี. (2564). รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- วัลลภ วรรณโสม. (2564). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วาลิกา แสนคำ. (2545). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์. (2564). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ศุลกากรเบตง. (2566). สถิติเดินทางเข้าออกราชอาณาจักรด่านพรมแดนเบตง พ.ศ. 2566. ศุลกากรเบตง.
- ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้. (2564). ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2563-2565. ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้.
- สมชาย พัฒนวงศ์. (2564). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนใต้: โอกาสและความท้าทาย. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง. (2564). ประวัติอำเภอเบตง. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง.
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อนุรักษ ปัญญาวัฒน์. (2542). โครงการศึกษาแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงรายได้ พะเยา แพร่ น่าน [รายงานการวิจัย]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรุณี จันทระเสนา. (2565). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดสู่การปฏิบัติที่ยั่งยืน. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Buhalis, D. (2022). Smart tourism destinations and ecosystems: The path to 2025. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism*. Springer.
- Cohen, E. (2021). The new currency of tourism: The importance of health and safety in a post-pandemic world. *Annals of Tourism Research*, 88, Article 103142.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103142>
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.

- Fitts, R. A., & Lei, D. (2000). *Strategic management: Building and sustaining competitive advantage* (2nd ed.). South-Western.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in the Anthropocene: A review of collaborative governance frameworks. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 1–28.
- Martinez, J. M., et al. (2020). The co-creation of value in tourism: A systematic literature review. *Journal of Travel Research*, 59(2), 310–325.
- Moscardo, G., & Murphy, L. (2021). Using a wellbeing lens to innovate in sustainable tourism research and practice. In *Tourism, Wellbeing and Ecosystem Services*. Routledge.
- Murzyn-Kupisz, M., & Działek, J. (2021). Cultural heritage as a catalyst for local development in community-based tourism. In *Routledge Handbook of Community-Based Tourism* (pp. 82–95). Routledge.
- Reisinger, Y. (1994). *Tourists – Host contact as a part of cultural tourism*. Griffith University.
- Richards, G. (2021). The new frontiers of cultural tourism. In *Cultural Tourism: A Global Perspective*. CABI.
- Richards, G. (2022). *The experience economy and the future of tourism*. Routledge.
- Richards, G. (2023). *Reimagining the tourist experience: Co-creation, creativity, and connection*. Edward Elgar Publishing.
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2020). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79, Article 102812.
- Robert, W. M., & Shashikant, G. (1980). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (3rd ed.). Grid Publishing.