

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง*

FACTORS INFLUENCING THE CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN MUANG, RAYONG PROVINCE

ศิริพร จบศรี¹ และ กฤษณะ เชี่ยวเวช²

Siriporn Chobsri¹ and Krisana Chiewvej²

¹⁻²วิทยาลัยสงฆ์ระยอง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

¹⁻²Rayong Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Corresponding Author's Email: Orm4699@gmail.com

วันที่รับบทความ : 17 มิถุนายน 2569; วันแก้ไขบทความ 30 มิถุนายน 2569; วันตอบรับบทความ : 2 กรกฎาคม 2569

Received 17 June 2026; Revised 30 June 2026; Accepted 2 July 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่องปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และหาตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง และ 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรของการวิจัยเป็นประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยองที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตั้งอยู่ จำนวน 156,257 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.95 และหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

Citation:



* ศิริพร จบศรี และ กฤษณะ เชี่ยวเวช. (2569). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 4(5), 1598-1618.

Siriporn Chobsri and Krisana Chiewvej. (2026). Factors Influencing The Cultural Tourism Development In
Muang, Rayong Province. Modern Academic Development and Promotion Journal, 4(5), 1598-1618.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

เท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. : Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Correlation Coefficient และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล ตามลำดับ ส่วนผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2) ผลจากการวิจัยยังพบว่าปัจจัยของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และตัวแปรอิสระทุกตัวมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง 3) แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ใช้โมเดลความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการเชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ เข้ากับผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม 3 ส่วน คือ 1) ตัวขับเคลื่อนคุณค่า 2) เสาหลักความยั่งยืน และ 3) ผลลัพธ์เชิงประจักษ์

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การพัฒนาการท่องเที่ยว, การมีส่วนร่วมของชุมชน, จังหวัดระยอง

Abstract

This study aimed to: (1) examine the level of public opinion toward factors influencing cultural tourism development in Mueang District, Rayong Province; (2) investigate the relationships between independent and dependent variables and identify the independent variables affecting cultural tourism development in Mueang District, Rayong Province; and (3) propose guidelines for the development of cultural tourism in Mueang District, Rayong Province. This research employed a quantitative approach. The population consisted of 156,257 residents living in Mueang District, Rayong Province, where cultural tourism attractions are located. The sample size was determined using Taro Yamane's formula, yielding 400 respondents. The research instrument was a questionnaire

with a content validity index of 0.95 and a reliability coefficient (Cronbach's alpha) of 0.94. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation (S.D.), correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The findings revealed that: (1) The public opinion toward factors influencing cultural tourism development in Mueang District, Rayong Province, was at a high level. Cultural tourism resources received the highest mean score. The overall outcomes of cultural tourism development were also rated at a high level, with the continuous increase in tourist arrivals receiving the highest mean score. (2) All independent and dependent variables were significantly correlated at the 0.05 level ($\alpha = .05$), and all independent variables significantly influenced cultural tourism development in Mueang District, Rayong Province. (3) The proposed guidelines for cultural tourism development in Mueang District, Rayong Province, are based on a cultural tourism development success model that links key factors to tangible outcomes in three dimensions: (1) value drivers, (2) sustainability pillars, and (3) empirical outcomes.

Keywords: Cultural tourism, tourism development, community participation, Rayong Province

บทนำ

การพัฒนาประเทศของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายนั้นรัฐบาลของแต่ละประเทศต้องพัฒนาประเทศในหลาย ๆ ด้านไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความแข็งแกร่งด้านเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศซึ่งจะเป็นผลทำให้ประชาชนมีความกินดีอยู่ดี และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รัฐบาลในแต่ละสมัยที่พยายามผลักดันโครงการต่าง ๆ ออกมาเพื่อสนองการส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชน ซึ่งนับว่าเป็นความลำบากของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายโดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่มีรายได้หลักมาจากการทำสิกรรม หากประเทศเหล่านี้จะลงทุนเปลี่ยนโครงสร้างของประเทศจากประเทศเกษตรกรรมไปเป็นประเทศอุตสาหกรรมนับว่าเป็นโจทย์ยากเนื่องจากขาดแคลนเงินทุน ความสามารถของฝีมือแรงงานและเทคโนโลยี หากจะให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนในด้านอุตสาหกรรมในประเทศของตนก็จะได้รับ

เพียงค่าเช่า ค่าภาษีอากร หรือค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ แต่จะมีปัญหาตามมาอย่างมากมาย เช่นปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการนำทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้โดยประชาชนที่เป็นเจ้าของแหล่งทรัพยากรนั้น ๆ ไม่มีโอกาสได้รับประโยชน์ และปัญหาสังคมจะเกิดขึ้นตามมาเป็นต้น ด้วยเหตุนี้ประเทศที่มีภูมิประเทศและธรรมชาติสวยงามได้เริ่มขายการท่องเที่ยวของตนมาเป็นเวลานานนับสิบปี และสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศ เช่น ประเทศนิวซีแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ ประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย ประเทศเหล่านี้หันมาทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวในประเทศของตนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่สามารถทำให้วงจรเศรษฐกิจของประเทศกระเตื้องขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะมีความสัมพันธ์กับธุรกิจประเภทอื่น ๆ หลายประเภท ประการสำคัญก็คือทำให้ประชาชนมีงานทำและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ GDP ของประเทศสูงตามขึ้นไปด้วย

จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจำนวนมากทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำและแหล่งท่องเที่ยวทางบกแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดระยองถึง 4,919,174 คน ทำรายได้ให้กับจังหวัดระยองถึง 21,197.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ถึง 118.96% (จังหวัดระยอง, 2566) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้คนหลายรุ่นวัยให้เข้ามาศึกษามรดกและประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมต่างถิ่นในแง่ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น คือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (McIntosh และ Goeldner, 1984) ซึ่งสอดคล้องกับนิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ World Tourism Organization (2017) โดยเฉพาะในจังหวัดระยองมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักหลายแห่ง และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์อีกหลายแห่ง ซึ่งสถานที่เหล่านี้สามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับจังหวัดระยองได้เป็นอย่างมากอีกช่องทางหนึ่ง และยังเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเหล่านี้ และช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้อื่นเข้ามาท่องเที่ยวต่อไป

ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกระจายอยู่ในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นหลายแห่ง และเริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในจังหวัดและจากต่างจังหวัดมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเหล่านี้กันตลอดทั้งปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูผลไม้ จะมีผู้คนมาหาซื้อผลไม้ที่จังหวัดระยองและถือโอกาสมาท่องเที่ยวแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปด้วย ซึ่งนับเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง แต่การที่จังหวัดระยองจะสามารถก้าวขึ้นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้นั้น ต้องแสดงให้เห็นว่ามีความพร้อมในสิ่งที่จะขายคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีความโดดเด่นอยู่ในระดับที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องมีจุดขายที่มีความแตกต่างจากจังหวัดอื่นเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยือน มาสัมผัสประสบการณ์ มาชม มาเห็น มาท่องเที่ยว กระบวนการสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว คือ การพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม รวมถึงการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวให้เด่นชัดตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะฉะนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำไปสู่รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของชุมชนเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการส่งเสริมกิจกรรมด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่แพร่หลายเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม การสร้างความเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างความคุ้มค่า คำนวณราคาในการท่องเที่ยว การส่งเสริมองค์ความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวและการบริการ สิ่งเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกันและจะต้องนำมาบูรณาการและพัฒนาควบคู่ไปพร้อมกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และหาตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในพื้นที่ และจำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

สมมุติฐานที่ 2 ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

กรอบแนวคิดที่ใช้วิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ตัวแปรอิสระคือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในพื้นที่ และจำนวนครั้งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปีที่ผ่านมา 2) ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน และด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล ตัวแปรตามคือ ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยองได้แก่ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) ประชาชนในพื้นที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนอีก 4) วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมจากส่วนต่าง ๆ และ 5) คุณภาพชีวิตของชุมชนดีขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การทบทวนวรรณกรรม

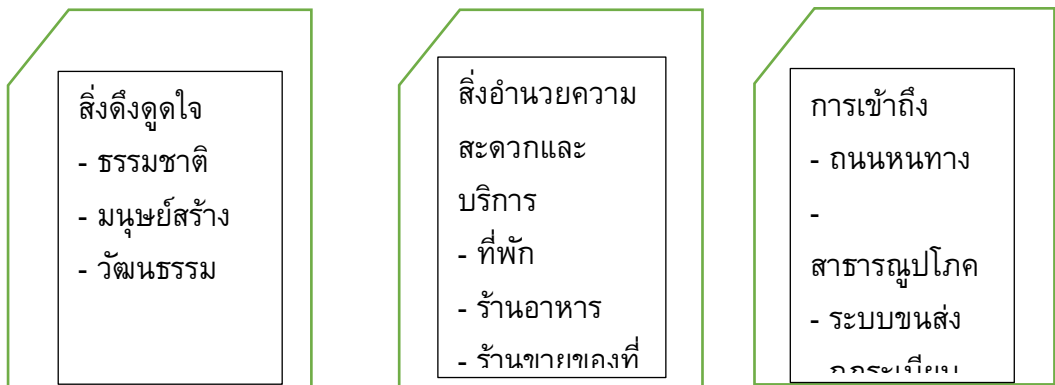
ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางออกจากถิ่นฐานที่อยู่อาศัยปกติ เพื่อพักผ่อน ความบันเทิง การแสวงหาความรู้ หรือประสบการณ์ใหม่ ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางที่มีระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากที่พักอาศัยปกติ โดยมุ่งเน้นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว (UNWTO, 2008)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้ Collier and Harraway (1997) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดย สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่ประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่งที่ประกอบ ด้วยเส้นทางยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่ง Cooper และ Boniface (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะ สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ (1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว (2) การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความ สะดวกในการเข้าถึง (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม (4) บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่ง ท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อ อำนวยความสะดวกและดึงดูด นักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัฒนธรรม (Culture) คือ วิธีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีต ประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมสร้างสรรค์ สิ่งสม ปลูกฝัง สืบ ทอด เรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความเจริญงอกงาม ทั้งด้านจิตใจและวัตถุ อย่างสันติสุขและยั่งยืน” (กระทรวงวัฒนธรรม, 2556, สื่อบนออนไลน์) ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิตทุกด้าน ของคนทั้งมวลในสังคม นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถีแต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดง อารมณ์ วิถีสื่อความหมาย วิถีจราจรและขนส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ ตลอดจนวิถีแสดง ความสุขทางใจและหลักเกณฑ์ในการดำเนินชีวิต ทั้งเครื่องมือเครื่องไม้ หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่นำมาใช้ก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ไม่ว่าสิ่งของเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่นำมาจาก ธรรมชาติหรือคิดค้นประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ก็ตาม ซึ่งวัฒนธรรมนั้นเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความ ต้องการทางสังคมและจิตใจของมนุษย์ (กรมศิลปากร, 2542, หน้า 20) เป็นสิ่งที่ช่วยให้ โครงสร้างทางสังคมคงอยู่เพราะมีความผูกพันทางจิตใจของหลาย ๆ คนเข้าด้วยกัน รากฐาน ของสังคมคือวัฒนธรรม ดังนั้นการพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้าต้องอาศัยวัฒนธรรมเป็นตัวตั้ง หรือเป็นรากฐานสังคมจึงจะมีความมั่นคงและยั่งยืน (ประเวศ วะสี, 2547, หน้า 23)

สรุปได้ว่า วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของ มนุษย์และการอยู่อาศัยและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคม ตั้งแต่แนวความคิดของบุคคลหรือกลุ่ม บุคคลที่ถูกปลูกฝังและหล่อหลอมกันมาอย่างยาวนาน ทำให้เกิดการสื่อสาร ภาษา การกระทำ การแสดงออก การประดิษฐ์ การสร้างสรรค์สิ่งดีบ่งบอกถึงความงอกงามก้าวหน้าของสังคมและ อื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ทั้งเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ วัฒนธรรมจะ

สามารถเก็บรักษาและสืบทอดต่อ ๆ กันได้จากรุ่นสู่รุ่น หรืออาจจะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย หรืออาจจะสูญหายหมดสิ้นไป ย่อมขึ้นอยู่กับการสร้างสรรคของคนในสังคมนั้น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Timothy และ Boyd (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสคุณค่าอันเกิดจากวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ศิลปกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจหลักในการเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ในขณะที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2004) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น และส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ นอกจากนี้ McIntosh และ Goeldner (1986) ยังได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อไปศึกษามรดกและประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมต่างถิ่นในแง่ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้น ๆ และ Richards (2018) ได้อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความสนใจหรือความตั้งใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยที่ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแง่มุมที่มองว่าเป็นการศึกษา นั้นสอดคล้องกับนิยามความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ World Tourism Organization (2017) ที่อธิบายความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ที่สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และค้นหาประสบการณ์โดยวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ ทั้งนี้ นิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากการศึกษาในประเทศไทยในแง่ที่เป็นกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว ดังที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญควรมี 6 ด้าน ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็น

การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ คือ (1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น (2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ (3) สถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น สิ่งปลูกสร้าง ซากปรักหักพัง ฯลฯ (4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก (5) ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา (6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ (7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา (8) วิถีชีวิต เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียม การรับประทานอาหาร การทำอาหาร เป็นต้น (9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ (10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น 2. กระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3. ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนคือกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4. การตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพโดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้และได้ประสบการณ์อย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 5. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา หรือจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเต็มรูปแบบได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น และ 6. การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด
3. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรมโดยยึดหลักต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหลากหลาย
4. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักต้องให้ทุกฝ่ายได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
5. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น
6. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์การอนุรักษ์ โดยยึดหลักต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
7. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
8. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับ และความสะอาดของพื้นที่ต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ
9. จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดเพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการตลาดท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการ

การท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นโดยคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ ความรู้ และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2549) ให้แนวคิดว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การรักษาและเสริมสร้างให้ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอยู่ในสภาพดี คงความสวยงาม คงคุณค่าแก่ท้องถิ่นตลอดไป อันจะก่อให้เกิดแก่คนหมู่มากในระยะยาว การพัฒนาการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึงก่อนส่งเสริมหรือพัฒนา มิฉะนั้นจะเป็นการทำลายมากขึ้น สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องไม่ส่งผลกระทบในทางที่จะทำให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติต้องเกิดปัญหาอย่างต่อเนื่อง 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรเหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและรักษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น 4) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ ควรจะเป็นการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ทำให้เกิดการกระจายรายได้ การขยายการผลิต การบริการ 5) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงศักยภาพด้านการแข่งขันกับประเทศ เพื่อนบ้าน 6) การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงการสร้างสรรค์ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของประชาชนในเขตนั้น

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น เกิดจากแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจอย่างใด อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างผสมผสานกัน แต่ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ คือ ต้องไม่ส่งผลกระทบทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ทำลายประเพณี วัฒนธรรมและต้องคำนึงถึงศักยภาพความพร้อมด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ที่สำคัญ คือ ต้องเกิดจากความต้องการและความร่วมมือของคนในท้องถิ่นรวมถึงหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเพื่อก่อให้เกิดการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นนั้น ๆ

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักทางวิชาการ

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักทางวิชาการนั้น ไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มี

สภาพดีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย จึงต้องมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) 1) ขั้นตอนการจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว 2) ขั้นตอนการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยว 3) ขั้นตอนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว 4) ขั้นตอนประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว 5) ขั้นตอนให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว ต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ทรัพยากรท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว 6) ขั้นตอนจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้ 7) ขั้นตอนจัดทำงบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method Research)

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ของการวิจัย

ประชากร (Population) ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง จำนวน 6 พื้นที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 156,275 คน ดังนี้ 1) เทศบาลนครระยอง จำนวน 58,614 คน 2) เทศบาลเมืองเนินพระ จำนวน 17,693 คน 3) เทศบาลตำบลเชิงเนิน จำนวน 24,274 คน 4) เทศบาลตำบลทับมา จำนวน 26,136 คน 5) เทศบาลตำบลนาตาขวัญจำนวน 7,154 คน 6) องค์การบริหารส่วนตำบลตะพง จำนวน 22,386 คน (กรมการปกครอง, 2568)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ : 2553 : หน้า 45 – 47) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และคุณภาพของเครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยได้สร้างเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามในแนวทางแบบไลเคิร์ต (Likert Scale) ส่วนคุณภาพของเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.95 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดการข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การจัดการข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนั้นทำโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 21 (Statistical Package for Social Sciences for Windows Version 21) โดยใช้สถิติดังนี้ คือ 1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ศึกษาหาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง โดยใช้หาค่า ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. : Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และระดับผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง 2) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรต่าง ๆ และเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ผลตามสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วย สถิติ Correlation Coefficient และหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามด้วย สถิติ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง มีผลการวิจัยดังนี้

1) ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับ “มาก” พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับหนึ่งคือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รองลงมาทั้งสองข้อคือด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล ตามลำดับ

2) การหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

3) การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Regression Analysis) พบว่า (1) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายผลการพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ร้อยละ 46.00 โดยมีตัวแปรที่สามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ได้ดีที่สุดคือด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล (2) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายผลการพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยองด้านประชาชนในพื้นที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 36.90 โดยมีตัวแปรที่สามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ได้ดีที่สุดคือด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล (3) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยองด้านนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนอีก ร้อยละ 32.10 โดยมีตัวแปรที่สามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ได้ดีที่สุดคือด้านการบริหารจัดการ (4) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมจากส่วนต่าง ๆ ร้อยละ 44.80 โดยมีตัวแปรที่สามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ได้ดีที่สุดคือด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว (5) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ด้านคุณภาพชีวิตของชุมชนดีขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 36.50 โดยมีตัวแปรที่สามารถอธิบายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ได้ดีที่สุดคือด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

4) การหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า มีโมเดลความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Success Model) โดยการเชื่อมโยงปัจจัยต่าง ๆ เข้ากับผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ตัวขับเคลื่อนคุณค่า (Value Drivers) คือปัจจัยต้นน้ำที่งานวิจัยพบว่ามีอิทธิพลสูงสุด ประกอบด้วย

The Storyteller (การประชาสัมพันธ์) เป็นตัวเปิดประตูที่สำคัญที่สุด (Key Driver) งานวิจัยชี้ว่าการมีทรัพยากรดีอย่างเดียวไม่พอ แต่ “การสื่อสารข้อมูล” คือสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาและสร้างรายได้ให้ชุมชน

The Manager (การบริหารจัดการ) คือหัวใจของการสร้าง “การซื้อซ้ำ” องค์ความรู้ที่ได้คือ หากระบบจัดการดี (สะอาด ปลอดภัย สะดวก) จะเปลี่ยนขาจรให้เป็นขาประจำ

ส่วนที่ 2 เสาหลักความยั่งยืน (Sustainability Pillars) คือปัจจัยที่ประคองให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างมั่นคง ประกอบด้วย

Community Ownership การมีส่วนร่วมไม่ได้หมายถึงแค่การมาช่วยงาน แต่คือการ “เป็นเจ้าของ” และการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อป้องกันการทุจริตหรือการหาประโยชน์ส่วนตน

Public-Private Synergy ภาครัฐต้องเป็นผู้สนับสนุน (Facilitator) ทั้งงบประมาณและความรู้ ในขณะที่ภาคเอกชนขนาดใหญ่ (เช่น โรงงานอุตสาหกรรมในระยอง) คือแหล่งทุนสนับสนุนผ่าน CSR ที่ชุมชนควรเข้าถึง

ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ (Outcome Ecosystem) คือวงจรความสำเร็จที่เกิดขึ้นเมื่อปัจจัยข้างต้นทำงานสอดประสานกัน ประกอบด้วย

Economic Flow รายได้กระจายสู่คนในพื้นที่มากขึ้น

Cultural Preservation เมื่อวัฒนธรรมสร้างรายได้ ชุมชนจะเกิดแรงจูงใจในการอนุรักษ์โดยอัตโนมัติ

Quality of Life ผลลัพธ์สุดท้ายคือคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการมีอาชีพและรักษารากเหง้าตนเองไว้ได้

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ที่เป็นตัวแปรอิสระอภิปรายผลได้ดังนี้

จากสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่มากกว่าชาย ประกอบกับระดับความคิดเห็นต่อผลการพัฒนาที่อยู่ในระดับมาก อาจสะท้อนว่า เพศหญิงมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ผลลัพธ์ด้านรายได้ คุณภาพชีวิต และการอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับบริบทชุมชนที่ผู้หญิงมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและชุมชน กลุ่มอายุ 31–40 ปี และ 20–30 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน มีสัดส่วนสูงสุด และเป็นกลุ่มที่สามารถเชื่อมโยงผลการพัฒนาได้ชัดเจน โดยเฉพาะด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (อันดับ 1) และนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนอีก (อันดับ 2) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวัยทำงานมีการรับรู้ผลการพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างชัดเจนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีรวมกันมากกว่าร้อยละ 90 สะท้อนว่า ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง โดยเฉพาะด้านรายได้และคุณภาพชีวิต ซึ่งอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร กลุ่มที่อยู่อาศัยในพื้นที่มากกว่า 5 ปี มีสัดส่วนสูงสุด และมีแนวโน้มรับรู้ผลการพัฒนาด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม และด้านคุณภาพชีวิตของชุมชนได้ชัดเจนกว่ากลุ่มที่อยู่อาศัยในระยะสั้น เนื่องจากมีประสบการณ์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมมากกว่า 5 ครั้ง มีสัดส่วนสูงสุด และสอดคล้องกับผลการประเมินที่พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (อันดับ 1) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนอีก (อันดับ 2) ซึ่งสะท้อนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง มีระดับความคิดเห็น ในภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า “ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” อยู่ในอันดับแรก ในระดับ “มาก” ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยองมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่น และมีการอนุรักษ์โบราณสถาน/ประเพณีอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ สำหรับอันดับรองลงมามีสองด้านคือ “ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว” และด้าน “การประชาสัมพันธ์และข้อมูล” อยู่ในระดับ “มาก” ทั้งสอง

ด้านทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเห็นลำดับความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยองว่า เมื่อมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในพื้นที่ของตนเองอยู่แล้ว ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงการประชาสัมพันธ์และข้อมูล ซึ่งทั้งสองด้านนี้จะเป็นตัวนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องการใช้การสื่อสารหลายช่องทาง (Online/Offline) เพื่อสร้าง "ภาพลักษณ์" (Image) ที่น่าจดจำ เพราะภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาจาก 2 ส่วนคือ Organic Image (ข้อมูลที่ได้รับเอง) และ Induced Image (ข้อมูลจากการโฆษณา) การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยเปลี่ยนทัศนคติและกระตุณการตัดสินใจเดินทาง

ส่วนปัจจัยที่อยู่ในอันดับท้ายสุดคือด้าน “การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน” สาเหตุอาจมาจากสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดระยองอยู่ในระดับดีมาก มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมาก บางแห่งได้รับการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่แล้ว และอีกประการที่เป็นไปได้คือจังหวัดระยองเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หลายแห่ง เช่น ปตท, ไออาร์พีซี, ทีพีโอ เป็นต้น บริษัทเหล่านี้ต้องทำโครงการ ซีเอสอาร์ (CSR) อยู่แล้ว พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตั้งอยู่ก็จะได้รับการสนับสนุนจากโครงการนี้ อย่างไรก็ตาม การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ยังเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเนื่องจากวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการกำกับดูแลจากภาครัฐผ่านนโยบายและมาตรการที่เหมาะสม เพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในระยะยาว

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ตามตัวแปรตามอภิปรายผลได้ดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้าน การประชาสัมพันธ์และข้อมูล มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ประกอบกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยองอย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มองว่า “ทรัพยากรทางวัฒนธรรม” เป็นแรงจูงใจหลักในการเดินทาง และต้องได้รับการเสริมด้วยกลไกการจัดการและการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ เพื่อเพิ่มการรับรู้และความสนใจของนักท่องเที่ยว

2) ประชาชนในพื้นที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล มีอิทธิพลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประชาชนมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีการบริหารจัดการที่ดี และชุมชนมีบทบาทในการตัดสินใจ การจัดกิจกรรม และการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายสู่คนในพื้นที่อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงมากขึ้น ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) ที่เน้นการสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนในท้องถิ่นเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเยือนอีก ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการบริหารจัดการ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เป็นผลมาจากการสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจนและทันสมัย ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความทรงจำที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ชี้ว่า ความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ได้รับมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก

4) วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริม ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรมจะเกิดผลอย่างยั่งยืนเมื่อคนในพื้นที่เป็นเจ้าของและมีบทบาทสำคัญในการสืบสานวัฒนธรรมของตนเอง โดยได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายและงบประมาณจากภาคส่วนต่าง ๆ

5) คุณภาพชีวิตของชุมชนดีขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูล และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ ต้องอาศัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ มีการประชาสัมพันธ์และข้อมูลในทุกช่องทาง และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับ “มาก” ตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ปัจจัยที่สำคัญที่เป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยองคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นระยะเวลา 5 ปี ขึ้นไป และเคยเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 5 ครั้ง ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1.1 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง 1.2 ควรพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อเพิ่มความประทับใจและการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว 1.3 ควรส่งเสริมการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้เกิดความทั่วถึงในชุมชน 1.4 ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และชุมชนท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป จากประเด็นที่ค้นพบจากการวิจัยที่สำคัญ มีสิ่งที่จะทำการศึกษาวิจัยต่อไปคือ การศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการและนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและขยายพื้นที่ศึกษาไปยังอำเภอหรือจังหวัดอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการพัฒนาและนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายในระดับภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

- จังหวัดระยอง. (2566). รายงานประจำปี 2566. เรียกใช้เมื่อ 22 สิงหาคม 2568 จาก <https://www.province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/rayong/download/article/article>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิส.

- ประเวศ วะสี. (2543). *สุขภาพในฐานะอุดมการณ์ของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: นวตสาร.
- สำนักศิลปากรที่ 12 นครศรีธรรมราช. (2568). *แรงบันดาลใจของการเขียนภาพจิตรกรรมผนังถ้ำ*. เรียกใช้เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2569 จาก <https://www.finearts.go.th/fad12/view/61525>
- Collier and Harraway. (1997). *Principle of Tourism*. Auckland: Longman.
- McIntosh, R. and Goeldner, C. (1984). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons, 605 Third Avenue, New York, N.Y. 10016.
- Timothy and Boyd. Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education.
- United Nations World Tourism Organization. (2025). *ความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว*. เรียกใช้เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2568 จาก <https://www.th.wikipedia.org/wiki>
- World Tourism Organization. (2017). *unwto-annual-report-2017*. เรียกใช้เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2568 จาก <https://www.untourism.int/global/publication/unwto-annual-2017>.