

การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดดอยพระผาน ตำบลป่าตันนาคร้ว

อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

Study of Cultural Tourism Management

(Case Study of Doi Phra Shan Temple, Pa Tan Na Khrua Subdistrict, Mae Tha District,
Lampang)

นางสาวพัสรา ประชาอุดม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดดอยพระผาน ต.ป่าตัน นาคร้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง และเพื่อศึกษาแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยว ประกอบการตัดสินใจ พัฒนา หรือปรับปรุงสินค้าและบริการ จนนำไปถึงการกำหนดกลยุทธ์หรือนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดดอยพระผาน ต.ป่าตัน นาคร้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ประกอบด้วย 3 กลุ่มคือนักท่องเที่ยว จำนวน 26 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 31 คน และเจ้าหน้าที่รัฐ 25 คน รวม 82 คน

ผลการวิจัยพบว่าวัดดอยพระผาน ต.ป่าตัน นาคร้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวสนใจหลายด้าน ทั้งด้านจุดชมวิว ความงดงามของสถาปัตยกรรมภายในวัด รวมถึงบรรยากาศ ความร่มรื่น ความสะอาด ซึ่งนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน และเป็นสถานที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดดอยพระผาน ต.ป่าตัน นาคร้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง จากการศึกษาในครั้งนี้พบสิ่งที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติมให้ดียิ่งขึ้นคือ ร้านค้าชุมชน จุดพักผ่อน การปรับภูมิทัศน์ การประชาสัมพันธ์ ที่จอดรถ ปรับปรุงถนน/ความปลอดภัย การจัดการขยะและความสะอาด การมีขุมักคฤเทศก์ ห้องน้ำ การมีส่วนร่วม สร้างแหล่งน้ำ ซึ่งการพัฒนาปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้การท่องเที่ยววัดดอยพระผาน มีความน่าสนใจ และเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ส่วนโอกาสและแนวทางปรับปรุง พัฒนา สินค้าและบริการ สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยว จากการศึกษาในครั้งนี้ทราบถึงรูปแบบของธุรกิจ สินค้า และบริการที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มร้านค้าชุมชน 2) กลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่ 3) ตลาดชุมชน 4) กลุ่มที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ 5) สวนเกษตร ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ซึ่ง

ควรพัฒนาให้มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายยิ่งขึ้น ทุกภาคส่วนควรให้ความร่วมมือและพัฒนา
ร่วมกัน รวมถึงการร่วมกันรับผลประโยชน์จากการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน

ABSTRACT

The objective of this study is to study the guidelines for cultural tourism management (case study of Doi Phra Shan Temple, Pa Tan Na Khrua Subdistrict, Mae Tha District, Lampang) and to study the guidelines for tourism operators for support the decisions making about the development or improvement of products and services. To lead to formulating strategies or policies that are truly into the consumer demand, using samples of the population related to cultural tourism management (case study of Doi Phra Shan Temple, Pa Tan Na Khrua Subdistrict, Mae Tha District, Lampang) consists of 3 groups in total 82 people that are 26 tourists, 31 people in the local area and 25 government officials.

The result of the research shows that Doi Phra Shan Temple, Pa Tan Na Khrua Subdistrict, Mae Tha District, Lampang has the potential to be a cultural tourist destination. Because there are many interesting tourist attractions in both viewpoint, the beauty of the architecture in the temple including the atmosphere, pleasantness, cleanliness, which are considered as a tourist destination, relaxation and an important cultural learning place. Guidelines for the management of cultural tourism (case study of Doi Phra Shan Temple, Pa Tan Na Khrua Subdistrict, Mae Tha District, Lampang). From this study found things that need to be further improved are community stores, resting points, landscape adjustment, public relations, parking areas, road improvements, safety, waste management and cleanliness, youthguide, toilet, participation, and water source construction. The development of these factors will result in the Doi Phra Shan temple tour being interesting and more complete tourist attraction. As for opportunities and guidelines to improve product and service for tourism operators, from this study, we are aware of the types of businesses, products and services that should be developed in order to attract tourists to the area, divided into 5 groups which are 1) community stores 2) restaurants, cafes 3) community markets 4) accommodation groups, resort , homestay 5) farmland, Organic vegetables which should develop to have more various tourist attractions. All sectors should cooperate and develop together including sharing benefits from the development of tourist attractions in the community.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย จึงอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้การจ้างงานที่สำคัญและกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและส่งผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง ซึ่งสร้างรายได้และลดอัตราการว่างงานของคนไทยเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีการเคลื่อนไหวในทิศทางบวกอย่างต่อเนื่องในอนาคต จากการคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization-WTO) ได้คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2020 จะมีนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ เดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,600 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว มากกว่า 100 ล้านล้านบาท (Travel and Tourism Competitiveness Report, 2009) ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระดับภูมิภาคและในระดับนานาชาติ

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าในปีพ.ศ. 2561 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตร้อยละ 7.1 หรือมีจำนวน 38.12 ล้านคน ขณะที่ในปีพ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 34.4 ล้านคน แม้ว่าในช่วงครึ่งหลังของปีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากหลายประเทศชะลอการเดินทางมาเที่ยวไทย เนื่องจากปัจจัยเฉพาะที่กระทบในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป แต่ในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปีพ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยกลับมาฟื้นตัวขึ้นเนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวและรัฐบาลไทยได้ออกมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival ให้นักท่องเที่ยวจาก 21 ประเทศ ส่งผลให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 2.01 ล้านล้านบาท ทั้งนี้กระแสการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นจำนวน 164.24 ล้านคน สร้างรายได้ 1,068.18 พันล้านบาท โดยในภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังเติบโตเป็นไปตามเป้าหมายและเป็นการเติบโตในเชิงคุณภาพ โดยดูได้จากอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว สามารถสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปีที่ผ่านมาปรากฏการณ์สนับสนุนจากกระแสเศรษฐกิจวัฒนธรรมประเพณี เช่น

"นาคี" "กลิ่นกาสะลอง" และ "งานอุ่นไอรักคลายความหนาว" เป็นต้นทำให้เกิดการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในหลายแห่ง อาทิ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดเชียงใหม่ หรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีประเพณีวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาและลองสัมผัส ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย และสร้างเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของจังหวัด นอกจากการท่องเที่ยวในเมืองหลักแล้วยังมีการกระจายตัวไปยังเมืองรองต่างๆ ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบพร้อมมีมาตรการสนับสนุน ตั้งแต่การลดหย่อนภาษีแก่นักท่องเที่ยว การยกเว้นภาษีกรณีจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดเมืองรอง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรองต่างๆ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวขยายตัวจากปี พ.ศ. 2554 จำนวน 50 ล้านคน เป็น 90 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวไปในทุกจังหวัดสำหรับเมืองรองที่นักท่องเที่ยวมีการขยายตัวสูงสุด 2 อันดับแรก คือ ราชบุรี และชัยนาท และยังพบว่ามีจำนวน 18 เมืองรองที่รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวสูงกว่าภาพรวมของเมืองรองทั้งหมด (มติชน, 2562)

วัดพระธาตุคอกยพระฉาน อ.แม่ทะ จ.ลำปาง เป็นวัดที่มีพระธาตุเก่าแก่มีมาแต่โบราณ แต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก ตั้งอยู่บริเวณแนวภูเขาทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเทศบาลตำบลป่าตันนาครี ซึ่งมีเขตติดต่อระหว่าง อำเภอแม่ทะ อำเภอเกาะคา และอำเภอสบปราบ บริเวณโดยรอบมีทัศนียภาพที่สวยงามและมีจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพของอำเภอแม่ทะที่หาดูได้ยาก เป็นสถานที่ที่มีความสงบและร่มเย็น โดยในแต่ละปีจะจัดให้มีงานประเพณีสงกรานต์น้ำพระธาตุ ซึ่งตรงกับวันขึ้น 8 ค่ำ เดือน 7 สำหรับในช่วงฤดูหนาวเช่นนี้หากแวะเวียนมายังวัดในยามเช้า ท่านจะพบกับทะเลหมอกอันสวยงาม และเป็นจุดชมพระอาทิตย์ที่สวยอีกจุดหนึ่ง (swapgap.com, 2562)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดคอกยพระฉาน ต.ป่าตัน นาครี อ.แม่ทะ จ.ลำปาง เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการวางแผนการท่องเที่ยว และด้านการตลาด รวมถึงประเพณีต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นให้แก่ชุมชน และเป็นการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอีกทาง และเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้มาเยี่ยมชมเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาแผนการตลาดและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดคอกยพระฉาน ต.ป่าตัน นาครี อ.แม่ทะ จ.ลำปาง

(2) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยว ประกอบการตัดสินใจ พัฒนา หรือปรับปรุงสินค้าและบริการ จนนำไปถึงการกำหนดกลยุทธ์หรือ นโยบายให้สอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปางนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยว จำนวน 26 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 31 คน เจ้าหน้าที่รัฐ 25 คน รวม 82 คน (2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยว การจัดการ การท่องเที่ยว ข้อมูลพื้นฐานของวัดคอยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (3) ขอบเขต ด้านระยะเวลา คือ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน พ. ศ. 2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

(1) เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอยพระ ฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (2) เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อ รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง

แนวคิดและทางทฤษฎี

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมในแหล่ง ต่างๆ การหาประสบการณ์ใหม่ๆ การพักผ่อน โดยมีสิ่งดึงดูดใจคือ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้ได้มาซึ่งความสนุกสนานเพลิดเพลินที่แฝงไปด้วยสารความรู้และเป็น การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น โดยแนวคิดองค์ประกอบของ แหล่งท่องเที่ยว ของ Cooper & Boniface (1998) ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4As อันประกอบไปด้วย ด้านความดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว และด้าน องค์ประกอบของการบริการกล่าวโดยสรุป จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ออกไป ซึ่งทั้งหมดนั้นสืบเนื่องมาจากองค์ความรู้และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งนั้นๆ ทำให้ใน

แต่ละพื้นที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความคิดเห็นและการกระทำที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Schiffman and Kanuk (1994 อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ และเรณูมาศ มาอุ่น, 2553) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตน เสรี วงษ์มณฑา (2542 อ้างใน ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2555) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่นักการตลาดจะทำอย่างไรที่จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้ ถ้าไม่รู้ว่าผู้บริโภคคือใคร ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบอะไร ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ กล่าวโดยสรุปคือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เมื่อนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประสบปัญหาด้านการตลาด และการวางแผนงานในการดำเนินงานในมิติต่างๆ ดังนั้นการวางกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญเพื่อลดอัตราการเสี่ยง และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

3. การจัดการการท่องเที่ยว

จิราภรณ์ แก้วมณี (2557) ได้ให้คำจำกัดความว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยหลักการในการจัดการกลวิธีหรือวิธีทำให้งานสำเร็จลุล่วงโดยอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำ ซึ่งสรุป ขั้นตอนที่สำคัญได้ดังนี้คือ 1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 2. กระบวนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว กล่าวสรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จ ยอมรับขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ได้แก่ ทรัพยากรคน งบประมาณ วัสดุ และวิธีการ รวมถึงระยะเวลา ปัจจัยด้านตลาด ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน และวิธีการจัดการ ปัจจัยดังกล่าวเป็นเพียงปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว แต่ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูด หรือตอบ โจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา สุคันธสิริกุล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

เอกศักดิ์ ชัยชาญ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นทุนน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัย ด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวมของ 2 แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกันทั้ง 3 ปัจจัยเรียงตามลำดับผลกระทบคือ ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านปัจจัยด้านการให้บริการ จากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่าการพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของโซ่อุปทาน จะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอโดยมีผลกระทบมากน้อยต่างกัน ทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าควร พัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมากน้อยเพียงใดเพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

วิษุตา ร้อยพิลา และ ปรีดา ไชยา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นมิตรไมตรี และด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า มี 4 องค์ประกอบของปัจจัยทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบด้าน ความเป็นมิตรไมตรี องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ และองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

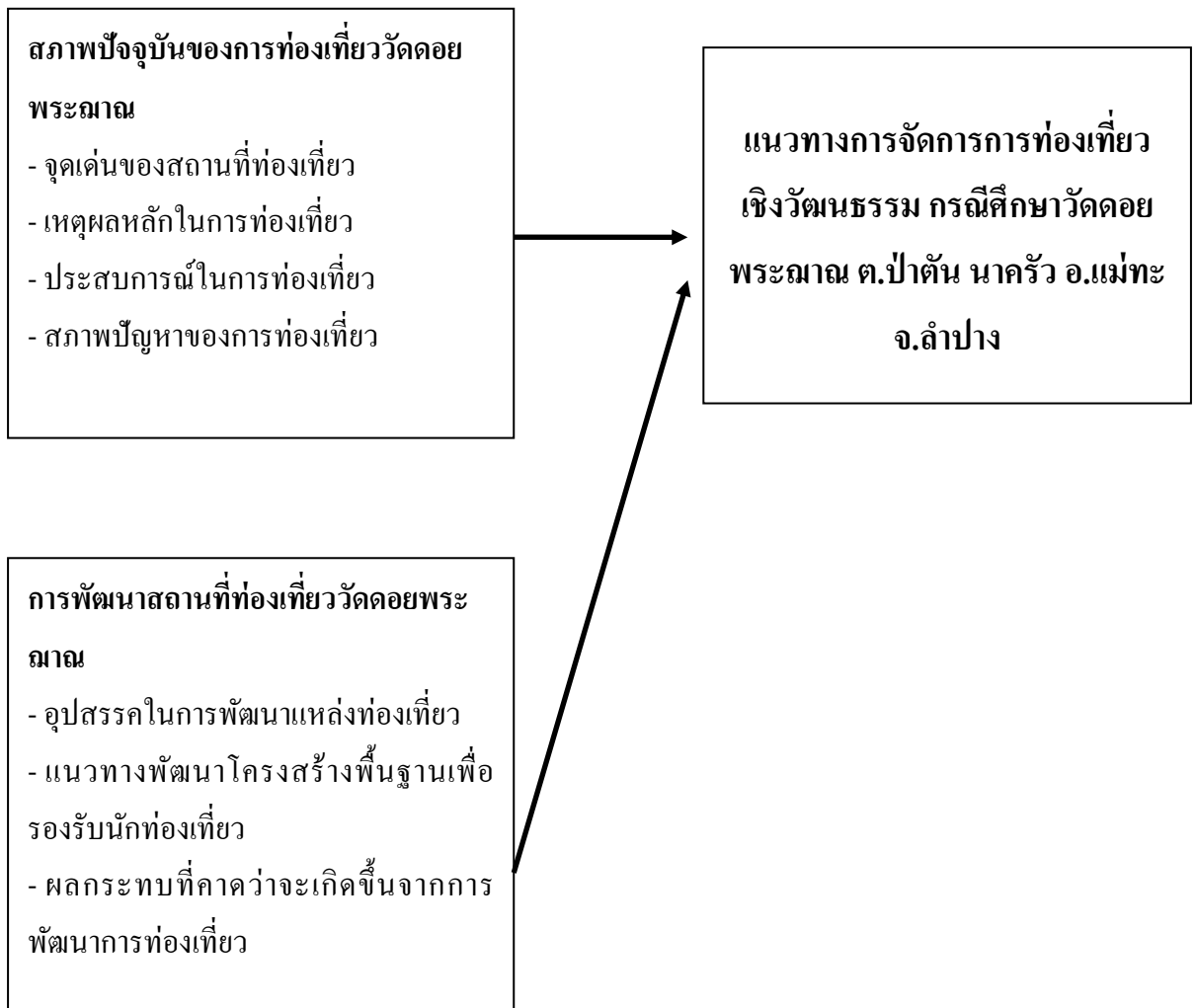
ฉันทพรรณ สุนทร ทักษิณา สกลรัตน์พรชัย และจิตพนธ์ ชุมเกต (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ : พื้นที่ศึกษา อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการภายในตัวบุคคล ปัจจัยด้านความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจภายในตัวบุคคล ปัจจัยด้านทัศนคติภายในตัวบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายการเมือง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการคมนาคม ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับ การมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิวธิดา ภูมิวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อบ้างจายส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน 3. ด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม ที่พบจากการวิจัยคือ ด้านลักษณะกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) ต้องมีการบริหารจัดการพื้นที่ พัฒนาเส้นทางหลัก และเส้นทางรอง ด้านผลิตภัณฑ์(Product) มีความหลากหลาย และโดดเด่นด้านวัฒนธรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ด้านราคา (Price) ราคาค่าบริการทางการท่องเที่ยวก็ไม่แพงมาก ด้านกระบวนการ (Process) มีกระบวนการทำงานและการบริการที่ดีแต่ควรนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อ การท่องเที่ยว ด้านสถานที่ (Place) สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ด้านบุคลากร (People) ต้อง มีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและบริการให้เพียงพอ และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต้องส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

Javier de Esteban Curiel (2006) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้บริโภคในสเปน กรณีศึกษาเมืองมาดริด เพื่อขยายขอบเขตของวัฒนธรรม และกิจกรรมเทศกาลพิพิธภัณฑน์เป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยต่างของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองมาดริด ในประเทศสเปน ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสเปน โดยทั่วไปเป็นคนที่มีการศึกษาที่สูง อาชีพ และรายได้ที่ดี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

Janos Csapo (2011) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในสถานที่เมืองขนาดเล็ก มีผู้คนไม่มาก และชอบที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ ของคนในชุมชน ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ซึ่งแนวโน้มในภายภาคหน้าจะมีนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษาวัดดอยพระฌาน ต.ป่าตัน นาครัว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ประกอบด้วย 3 กลุ่มคือนักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ และเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษาวัดดอยพระฌาน ต.ป่าตัน นาครัว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 26 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 31 คน เจ้าหน้าที่รัฐ 25 คน รวม 82 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกโดยเลือกผู้ที่พร้อมและยินดีที่จะให้สัมภาษณ์

สรุปผลการวิจัย

วัดคอดยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวสนใจหลายด้าน ทั้งด้านจุดชมวิว ความงดงามของสถาปัตยกรรมภายในวัด รวมถึงบรรยากาศ ความร่มรื่น ความสะอาด และประชาชนมีความศรัทธา ด้วยสภาพเช่นนี้ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ และส่วนราชการ พบปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องนำไปปรับปรุงพัฒนา สภาพพื้นที่ที่มีจำกัด ป้ายบอกทาง/แผนที่ ที่พักรถ สภาพถนน การมีส่วนร่วม ด้านสถานที่จอดรถ และการอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่นการไม่มีรถรับส่ง หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ห้องน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องไกล และที่นั่งพักที่ไม่เพียงพอ

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอดยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคิ้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง จากการศึกษาในครั้งนี้พบสิ่งที่จะต้องพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอดยพระฉาน ประกอบด้วย ร้านค้าชุมชน จุดพักผ่อน การปรับปรุงภูมิทัศน์ การประชาสัมพันธ์ ที่จอดรถ ปรับปรุงถนน/ความปลอดภัย การจัดการขยะและความสะอาด ยุวมัคคุเทศก์ ห้องน้ำ การมีส่วนร่วม สร้างแหล่งน้ำ

โอกาสและแนวทางปรับปรุง พัฒนา สินค้าและบริการ สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยว จากการศึกษาทราบถึงรูปแบบของธุรกิจ สินค้า และบริการที่ควรพัฒนา แบ่งเป็น 5 รูปแบบ คือ ร้านค้าชุมชน ร้านอาหาร คาเฟ่ การสร้างตลาดชุมชน กลุ่มที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ สวนเกษตร ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายผล โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 `ความดึงดูดใจและเหตุผลในการเดินทาง ส่วนที่ 2 คือแนวทางการพัฒนาตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม และส่วนที่ 3 คือ โอกาสในการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววัดคอดยพระฉาน มีดังนี้

วัดคอยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคร้า อ.แม่ทะ จ.ลำปาง มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวสนใจหลายด้าน ทั้งด้านจุดชมวิวกว้าง ความงดงามของสถาปัตยกรรมภายในวัด รวมถึงบรรยากาศ ความร่มรื่น ความสะอาด ซึ่งนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน และเป็นสถานที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิวธิดา ภูมิวรมนุ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเติมเต็มให้กับชีวิต โดยมีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเพราะวัฒนธรรมและประเพณีในด้านปัจจัยส่งผลกระทบต่อตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Janos Csapo (2011) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในสถานที่เมืองขนาดเล็ก มีผู้คนไม่มาก และชอบที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ ของคนในชุมชน ทั้งนี้ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า วัดคอยพระฉานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในมุมมองของนักท่องเที่ยว

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดคอยพระฉาน ต.ป่าตัน นาคร้า อ.แม่ทะ จ.ลำปาง จากการศึกษาในครั้งนี้พบสิ่งที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติมให้ดียิ่งขึ้นคือ ร้านค้าชุมชน จุดพักผ่อน การปรับภูมิทัศน์ การประชาสัมพันธ์ ที่จอดรถ ปรับปรุงถนน/ความปลอดภัย การจัดการขยะและความสะอาด การมียูนิคัลเทคท์ ห้างน้ำ การมีส่วนร่วม สร้างแหล่งน้ำ ซึ่งการพัฒนาปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้การท่องเที่ยววัดคอยพระฉาน มีความน่าสนใจ และเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมาหลายเรื่อง คือ ผลการวิจัยของ วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ควรจัดมัคคุเทศก์หรือบุคลากรพาชมวัด จุดประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย ทั้งบริเวณนอกวัดและในวัด ต่อมา วิชสุดา ร้อยพิลา และปริดา ไชยา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด และสอดคล้องกับ ฉันทพรพรณ สุนทร ทักษิณา สกฤตตันพรชัย และจิตพนธ์ ชุมเกตุ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ : พื้นที่ศึกษา อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากเป็น

สิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว และช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และเกิดการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และยังสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า แนวทางในการปรับปรุงและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชนและสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตได้และสามารถเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่จะต้องมีการส่งเสริมในเรื่องต่าง ๆ เช่น การบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ชุมชนและการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

โอกาสและแนวทางปรับปรุง พัฒนา สินค้าและบริการ สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยว จากการศึกษาในครั้งนี้ทราบถึงรูปแบบของธุรกิจ สินค้า และบริการที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มร้านค้าชุมชน 2) กลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่ 3) ตลาดชุมชน 4) กลุ่มที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ 5) สวนเกษตร ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ซึ่งควรพัฒนาให้มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายยิ่งขึ้น ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญร่วมมือและพัฒนาร่วมกัน รวมถึงการร่วมกันรับผลประโยชน์จากการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากการวิเคราะห์สามารถจัดทำเส้นทาง การท่องเที่ยววัดเลือกจากที่วัดที่ใกล้เคียงกันและอยู่บนเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกัน พร้อมทั้งพิจารณาเรื่องการพัฒนาสถานที่แวะรับประทานอาหารกลางวัน และสอดคล้องกับ มามะ จิตตะสังกะ และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า แนวทางการบริหารจัดการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการบริการด้านที่พักแรม และการจัดการบริการด้านอาหาร เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ ดังนั้นจึงควรพัฒนาให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาในครั้งนี้พบสิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมให้ดียิ่งขึ้นคือ ร้านค้าชุมชน จุดพักผ่อน การปรับภูมิทัศน์ การประชาสัมพันธ์ ที่จอดรถ ปรับปรุงถนน/ความปลอดภัย การจัดการขยะและความสะอาด ยุวมัคคุเทศก์ ห้องน้ำ การมีส่วนร่วม

ร่วม สร้างแหล่งน้ำ 2. โอกาสและแนวทางปรับปรุง พัฒนา สินค้าและบริการ สำหรับผู้ประกอบการ ในกลุ่มการท่องเที่ยว เพื่อสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มร้านค้าชุมชน 2) กลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่ 3) ตลาดชุมชน 4) กลุ่มที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ 5) สวน เกษตร ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และ พฤติกรรมในการท่องเที่ยว เพื่อทราบว่านักท่องเที่ยวคือใคร เดินทางจากที่ใด มีลักษณะการ ท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงให้สามารถดึงดูดความ สนใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2. ควรศึกษาเพื่อเติมเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดคอยพระฉานในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยว ประชาชน และหน่วยงานราชการในพื้นที่ เพื่อทราบว่าในประเด็นด้านไหนที่ควรพัฒนามากที่สุด และประเด็นไหนที่มีข้อจำกัดซึ่งไม่สามารถพัฒนาได้ 3. ควรศึกษาโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกใน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจท่องเที่ยวเพื่อศึกษาทางด้านวัฒนธรรม เพื่อทราบว่าควรพัฒนา คุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอย่างไร เพื่อเน้นรูปแบบพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา สุคันธศิริกุล.(2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2558). การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. [ออนไลน์]. http://www.sri.cmu.ac.th/~ctrd/uploads/files/file_20171206_1512542336.pdf (2 ตุลาคม 2561)
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่น ไวย้. (2561). ศักยภาพและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- กัมปนาท ปานสุวรรณ. (2558). ทักษะคติและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการ ปฏิบัติงานและ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจภูธรหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา. สารนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัดตะวานิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. ค้นเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2562. จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>.
- จิราภรณ์ แก้วมณี .(2557). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงชุมชน บ้านหัว เขาจีน อำเภอบางบาล จังหวัดราชบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ และเรณูมาศ มาอ่อน. (2553). การประเมินประสิทธิผลด้านการบริการนักท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2553. 5-10.
- เถกิงศักดิ์, ชัยชาญ . (2556). รายงานการวิจัยการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. นครราชสีมา : คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. (2553). แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. ค้น เมื่อ 22 ธันวาคม 2562, จาก grad.vru.ac.th/pdf-journal/Jour Is/
- ปริณา ลาปะ.(2558).พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- พจนา สวนศรี .(2003).คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- ภัทรคนัย พิริยะชนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (ECOMMERCE). การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรรา แจ่มใจเจริญ. (2558).การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอหังมาจิ หมู่บ้านชีราคว่าโก จังหวัดกิสุ ประเทศญี่ปุ่น. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาฆะ จิตตะสังคะ, (2553) เศรษฐกิจพอเพียงยุทธศาสตร์การพัฒนาคน เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนของประเทศ . วิทยาลัยนานาชาติภูมิภาคลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- วารภรณ์ เอื้อการณ์ และ อิศระ อุดมประเสริฐ. (2553). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ. (โครงการปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะ วิศวกรรมศาสตร์, สาขาการจัดการการบิน.

- วรรณศิลป์อาษา. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช.
- วิษุตา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา. (2558). องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ใน
พระบรมราชูปถัมภ์ สาขา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(3): 197-211.
- วีระพล ทองมา, (2554) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนตามแนวปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่อนอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ . มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ. (2557).การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดใน
จังหวัด ปทุมธานี. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิวธิดา ภูมิวรมุณี. (2562). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม .
พะเยา : สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ศันสนีย์ สุวภิญโญภาส. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ของสินค้าแฮนด์แบรด์ตรา
เทสโก้ ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์:กรุงเทพฯ.
- เสรีวงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด.กรุงเทพมหานคร:ซีระฟิล์มและ ไช
เท็กซ์.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). **Geography of travel and tourism**. UK: Butterworth
Heinemann.
- Pike, Steven D.(2008).**Destination Marketing : anintegrated marketing communication
approach**. Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior**. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J.
: Prentice-Hall.