

# การศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดจันทบุรี

A Study of Potential Composition of Cultural Tourism Resources  
in Chanthaburi Province

วิจิตรา บุญแล<sup>1</sup>, เสรี วงษ์มณฑา<sup>1</sup>,

ชวลีย์ ณ ถลาง<sup>2</sup> และกาญจนาภรณ์ พงศ์พนรัตน์<sup>2</sup>

Wijitra Boonlae<sup>1</sup>, Sari Wongmonta<sup>1</sup>,

Chawalee Na Thalang<sup>2</sup> and Kannapa Pongponrat<sup>2</sup>

Received September 28, 2020 & Retrieved November 26, 2020 & Accepted March 31, 2021

## บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบทและสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการให้สัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบไปด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ การสำรวจเชิงพื้นที่ (Area Frame Survey) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด ผลการวิจัยพบว่า 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากครบเครื่องเรื่องวิถีถิ่นและแหล่งธรรมชาติเอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และบุคลิกภาพแหล่งท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโตใกล้เคียงกับเมืองหลัก มีสถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภท คือ มีทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม รวมทั้งมีแหล่งประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม ชนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน 2) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีนั้นมีศักยภาพที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมในศักยภาพทางด้าน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านกิจกรรม (Activities) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี

**คำสำคัญ:** การศึกษาศักยภาพ องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

<sup>1</sup> วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร

Collage of Management University of Phayao (Bangkok Campus), Bangkok

<sup>2</sup> วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ท่าพระจันทร์ กรุงเทพมหานคร

College of Innovation, Thammasat University (Tha Phra Chan Campus), Bangkok

Email: cmbkk.pr@up.ac.th



## ABSTRACT

A Study of Potential Composition of Cultural Tourism Resources in Chanthaburi Province  
The results of the research study was conduct on the study of the potential components of tourism resources cultural tourism of Chanthaburi Province which is a qualitative research intended to 1) To study the context and explore cultural tourism resources of Chanthaburi Province 2) To study the cultural tourism potential of Chanthaburi Province. The tools was use to collect data in-depth interviews. The key informants in the in-depth interviews consisted of representatives from government agencies, private sectors, communities and academics area frame survey to get the most truthful information. The results of the research were as follows 1) Cultural tourism of Chanthaburi Province is a secondary city tourist attraction with high potential. Due to the full range of local ways and natural resources unique tourist attraction image of tourist attraction and personality, attraction the growth rate is like that of the main city, there are all kinds of attractions. There are both historical and cultural tourism, including historical sites, architecture, culture, traditions that has been pass down for a long time. 2) It were found that cultural tourism in Chanthaburi has enough potential to accommodate tourists. But should be further developed in the potential of access to tourist attractions (Accessibility) and activities (Activities), which of these things. Are all things It is important to the development of cultural tourism in Chanthaburi province.

**Keywords:** A Study of Potential, Tourism Resources, Cultural Tourism, Chantraburi Province

## ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นที่มีมาของแหล่งรายได้ก่อให้เกิดการไหลเวียนเงินตราต่างประเทศ นำไปสู่คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศที่ดีมากขึ้น และอีกทั้งยังรวมไปถึงการสร้างงาน สร้างอาชีพ สามารถกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าการลงทุน ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้รับผลกระทบทั้งในปัจจัยภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ถือได้ว่าเป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561-2564)

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการดำเนินโครงการ Domestic Destination Marketing โดยมีการเปิดแคมเปญการสื่อสารการตลาด Amazing Thailand Go Local เกี่ยวข้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต “12 เมืองต้องห้ามพลาด” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คัดเลือก 12 จังหวัดจาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ ประกอบไปด้วย จันทบุรี ลำปาง บุรีรัมย์ น่าน ตราด ตรัง สมุทรสงคราม เพชรบูรณ์ ราชบุรี ชุมพร เลย และ นครศรีธรรมราช (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

จังหวัดเมืองรองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีศักยภาพและได้ถูกเลือกให้เป็นหนึ่งในพื้นที่ทางเลือกใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ จังหวัดจันทบุรี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) เนื่องจากเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น สำหรับระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะทำให้มีชาวต่างชาติเข้ามาทำงานพร้อม

ครอบครัว ทำให้เกิดการใช้จ่าย หมุนเวียนในพื้นที่เกิดการลงทุนเพิ่มทั้งโรงแรม ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ การท่องเที่ยวภาคตะวันออก มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางทะเล ภูเขาที่ครบทุกอย่างซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวรองที่เต็มไปด้วยกลิ่นอายของความเก่าแก่ และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวบ้านที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ที่งดงาม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีค่าเหล่านี้ไว้ให้คนรุ่นหลังสืบไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องขนานนามวิจัยไปพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีต่อไป

## กรอบแนวคิดในการทำการวิจัย

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural-tourism) วัฒนธรรมเกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ร้อยปี พันปี และผู้ที่สร้างวัฒนธรรมขึ้นมานั้นก็คือมนุษย์ มนุษย์ได้มีการสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์และคุณค่าแห่งการดำรงชีวิต และเป็นการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ดังนั้นจึงได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ไว้แตกต่างกันออกไป พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้มีการนิยามความหมายของวัฒนธรรมไว้ 4 ประการสำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้ 1) วัฒนธรรมคือการกระทำหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความเจริญงอกงามแก่หมู่คณะ 2) วัฒนธรรมคือวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของหมู่คณะ 3) วัฒนธรรมคือลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของหมู่คณะ และ 4) วัฒนธรรมคือพฤติกรรมและสิ่งที่หมู่คณะหรือคนหมู่มากผลิตและสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกันร่วมใช้อยู่ในหมู่ของพวกตน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรม คือ ความเชื่อ ความคาดหวัง และค่านิยมร่วมกันของหมู่คณะ และได้มีการถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน และเป็นการระบุวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับจากอดีตสู่ปัจจุบัน เป็นการถ่ายทอดเอกลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่น และยังสามารถสร้างความรักความผูกพันได้เป็นอย่างดี โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

### 1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทาง

ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

### 2. การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism)

หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ



ท่องเที่ยว

### 3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทาง

ท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

ในส่วนขององค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบไปด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ อันจะประกอบไปด้วย ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังมีการปรากฏให้เห็น โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง อีกทั้งยังรวมไปถึงซากปรักหักพัง ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นแกะสลัก ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ ภาษาและวรรณกรรม รวมไปถึงการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในถิ่นนั้น ๆ เสื้อผ้าการแต่งกาย การทำอาหาร การรับประทานอาหารธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ (กิริณา กมลอินทร์, 2558, หน้า. 23) ซึ่งมีความสอดคล้องกับเฮนเดอร์สัน (Henderson, 2009) ซึ่งได้มีการกล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย โบราณคดี พิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองและซากปรักหักพังในอดีตที่ผ่านมา ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ ดนตรี การแสดงละคร มรดกต่าง ๆ ภาษาและวรรณกรรม ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมย่อย 2) องค์ประกอบด้านกระบวนการการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม เนลสัน เอช เอช กราเบิร์น (Nelson H.H. Graburn) (Graburn และ Nelson HH, 1989) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วยทุน 2 ประการ คือ ทุนทางธรรมชาติและทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งทุนทางธรรมะนั้นได้มีการกล่าวถึงสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ได้รับประสบการณ์ และตากอากาศจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเที่ยวชมทะเลเพื่อรับอากาศที่บริสุทธิ์ รวมถึงการล่าสัตว์ในป่า และผจญภัยในป่า เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการศึกษารเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในองค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งในด้านของผู้ประกอบธุรกิจนั้นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังต้องเป็นส่วนหนึ่งที่มีหน้าที่ช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม (กิริณา กมลอินทร์, 2558, หน้า. 23) 3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมชุมชนท้องถิ่น กล่าวได้ว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงของการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น ๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยังสามารถช่วยยกระดับคุณภาพของชุมชนท้องถิ่น (กิริณา กมลอินทร์, 2558, หน้า. 23) ทั้งหมดนี้จะเป็นการช่วยให้เกิดกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อีกด้วย (บุญยสฤษฎ์ อนุเกตุ, 2559, หน้า. 17) เห็นได้จากงานของยุทธการ ดิสกุล (2553) ในกรณีชุมชนคลองแห จังหวัดสงขลา ได้มีการพยายามฟื้นฟูอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการรื้อฟื้นตลาดน้ำ การแต่งกายโบราณตามแบบของคนในชุมชนคลองแหดั้งเดิม และได้มีการนำอาหารพื้นบ้านมาขาย ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่ได้เป็นเพียงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากความร่วมมือของชุมชนคลองแหเท่านั้น แต่ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการต่อเนื่องเกี่ยวกับการนิยามความหมายและการดำรงอยู่ของชุมชนทั้งจากภายในชุมชนด้วยกัน และระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอกที่มีบทบาทเข้ามาเปลี่ยนแปลงชุมชน (ยุทธการ ดิสกุล, 2553, หน้า. 73-92) 4)

องค์ประกอบด้านจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และการสื่อสารความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (ภิรมา กมลอินทร์, 2558, หน้า. 23)

ดังนั้นการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรีนั้น องค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการพิจารณาเพื่อใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องพิจารณาก่อนที่จะทำการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 10 ด้าน (Buhalis, 2000; Morrison, 2013) ดังต่อไปนี้

1. แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สร้างแรงดึงดูดใจและความสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น ประกอบไปด้วยกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกันอย่างหลากหลาย จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าทางการท่องเที่ยววัฒนธรรม รวมไปถึงเป็นแหล่งเรียนรู้และมีมูลค่าทางทรัพย์สินทางปัญญา

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีระบบสาธารณูปโภคปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเหมาะสม เช่น ระบบเส้นทางคมนาคม ถนน ป้ายบอกทาง ไฟส่องสว่างเพื่อสร้างความปลอดภัยในการเดินทาง รวมถึงสถานีขนส่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำ ลานจอดรถ ร้านขายอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตให้บริการอย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมีศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

4. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เป็นการจัดการบริการด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น ศูนย์กลางที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ระบบบริการด้านสาธารณสุข สถานีเติมน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ ห้องสุขา เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการแบ่งหน้าที่ให้กับเจ้าหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในวางแผนนโยบายการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำกับ ดูแล และตรวจสอบความเรียบร้อย

5. ที่พัก (Accommodation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งจำเป็นลำดับแรกของนักท่องเที่ยว โดยที่จะต้องมีความเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความสะอาดและความปลอดภัย ที่พักมีความหลากหลายไว้บริการสำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น บังกะโล เกสเฮ้าส์ รีสอร์ท หรือโฮมสเตย์ เป็นต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม รวมถึงที่พักอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย

6. กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันนี้ไม่ใช่แค่การเดินทางเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เน้นไปที่การมีโอกาสเข้าร่วมทำกิจกรรมที่หลากหลายด้วยกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิต และชนบทควรมีการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมนั้นจะต้องมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และที่สำคัญอย่างยิ่งควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญา



7. การรับรู้ (Awareness) เป็นคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ การพูดจาที่สุภาพและให้เกียรติ การแต่งกายที่เรียบร้อย ความกระตือรือร้นและการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าของเจ้าหน้าที่ รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เป็นคุณลักษณะที่วัดความรู้สึกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวครั้งแรกและตลอดระยะเวลาที่ได้การเข้าพักในแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความประทับใจต่อสภาพพื้นที่ ความสบายใจเมื่อได้ใช้บริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ความผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงความต้องการการกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซ้ำอีกครั้ง เป็นต้น

9. ความเชื่อมั่น (Assurance) เป็นคุณลักษณะที่แสดงถึงระดับความมั่นใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในด้านการให้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอุปกรณ์สำหรับประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เช่น ความประทับใจหรือความต้องการที่จะบอกต่อกับผู้อื่นให้เดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น โดยเป็นความรู้สึกที่ได้รับอิทธิพลจากการต้อนรับและการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ รวมถึงการเล็งเห็นคุณค่าและได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนสามารถนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ศึกษา ศึกษาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอแหลมสิงห์ และอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เนื่องจากเป็นอำเภอใน 3 อันดับแรกที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด (ณรงค์ พลธีรภัช, 2557)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน ซึ่งได้จากเทคนิคการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐที่มีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 4 คน หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 7 คน ภาคชุมชน จำนวน 5 คน และนักวิชาการ จำนวน 4 คน

3. วิธีการเก็บข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม 2563 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรและเทปบันทึกเสียง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้มีการนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ มาทำการตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกลายลักษณ์อักษรและเทปเสียงใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี



## ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นของศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี จากเจ้าหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ พบว่าสามารถพิจารณาได้ออกเป็น 5 ประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ด้านแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่า ทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ได้ให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่า จังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากครบเครื่องเรื่องวิถีถิ่นและแหล่งธรรมชาติ เอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และบุคลิกภาพแหล่งท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโตใกล้เคียงกับเมืองหลัก มีสถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภท คือ มีทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และทางธรรมชาติซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ ชายหาด น้ำตก เกาะต่างๆ รวมทั้งมีแหล่งประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เช่น อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล หรือโบสถ์คาทอลิกจันทบุรี ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โบราณสถานค่ายเนินวง ป้อมไพรีพิณาศ ส่วนในด้านวัฒนธรรม ประเพณี มีงานประเพณีแข่งเรือวัดจันทาราม งานวันพระเจ้าตากสินมหาราช งานประเพณีชักพระบาท งานนมัสการสมเด็จพระพุฒาจารย์ทูลกระหม่อมฯ สำหรับในด้านวิถีชีวิตของชนบท มีแหล่งชุมชนที่สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลานาน เช่น ชุมชนริมน้ำจันทบูร (ชุมชนเก่าท่าหลวง) ชุมชนขนมแปลก ริมคลองหนองบัว หมู่บ้านไร่แผ่นดิน ถนนอัญมณี ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านการทอเสื่อจันทบูร หมู่บ้านเสม็ดงาม ตลาดชายแดนบ้านแหลม

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทางหน่วยงานภาครัฐ ได้ให้ความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งมีการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก ซึ่งแตกต่างจากความคิดเห็นจากทางหน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ที่ได้มีการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีไว้ว่า ควรมีการพัฒนาในส่วนของระบบโลจิสติกส์ให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Travel Link)

3. ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า ทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ได้ให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่าจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย อาทิ เช่น การมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมไปถึงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น ร่วมงานประเพณีสืบสานวัฒนธรรม กิจกรรมชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ทางหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนชุมชน และจัดสรรงบประมาณสำหรับชุมชนที่อยู่นอกเหนือจากชุมชนต้นแบบ และดำเนินกิจกรรมให้มีความต่อเนื่อง และมีความสม่ำเสมอ

4. ด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า ทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ได้ให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่าจังหวัดจันทบุรีมีสถานที่พักแรมหลายรูปแบบตามความสนใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท บังกะโล หรือ เกสเฮ้าส์ รวมไปถึงยังมีการมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบแบบแผนเทียบเท่าโรงแรมมาตรฐานในจังหวัดเมืองหลัก

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่า ทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ได้ให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่าจังหวัดจันทบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบวงจร มีความพร้อม และเพียงพอในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารที่ให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามจุดต่าง ๆ ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียง และมีสินค้าให้เลือกที่



หลากหลาย หรือแม้แต่มีศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นจังหวัดจันทบุรีจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี สรุปได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากครบเครื่องเรื่องวิถีถิ่นและแหล่งธรรมชาติ มีอัตราการเติบโตใกล้เคียงกับเมืองหลัก มีสถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภท มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ หน่วยบริการวิชาการ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยว และแนวทางในการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ เอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Identity) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) และบุคลิกภาพแหล่งท่องเที่ยว (Destination Personality) และยังสอดคล้องกับแนวคิด องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 5A (Dickman,1996) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย ที่พัก (Accommodation) การคมนาคม (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งสอดคล้องกับ ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูลและ คณะ (2560) ที่ได้มีการกล่าวไว้ว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ควรที่จะต้องมีการคำนึงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่งโดยมีการแบ่งออกเป็น 3 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว และ 3) ด้านการพัฒนาตลาด แต่ทั้งนี้ไม่มีความสอดคล้องกับมนัส สุวรรณ (2538) ที่ได้มีการกล่าวไว้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้นจะต้องมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมิน คือความสะดวกในการเดินทาง และการเข้าถึง ซึ่งจังหวัดจันทบุรียังต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านศักยภาพส่วนนี้เพิ่มเติม

## องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้จากงานวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีนี้ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจทราบถึงรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วยรูปแบบอะไรบ้าง ทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำไปพัฒนาและส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ทราบถึงทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดจันทบุรี และยังได้ทราบถึงศักยภาพโดยรวมว่ามีความพร้อมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือไม่ รวมไปถึงการผสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคชุมชน ในการนำผลการวิจัยไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีต่อไป

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการผสมผสานความคิด หรือหารือร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการขนส่งระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และพื้นที่เชื่อมโยงให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น





2. ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในด้านการตลาดโดยจัดกิจกรรมพิเศษหรือการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ให้มีความต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

3. จัดสรรงบประมาณในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่หลัก

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี
2. ควรมีการศึกษาบทบาทและหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เช่น บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน และชุมชนท้องถิ่น
3. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ เพิ่มเติม

### เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). จันทบุรีเมืองรองมาแรง. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว.

ภิรดา กมลอินทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาฬสินธุ์มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561-2564). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก.

ณรงค์ พลธิ์รักษ์. (2557 น. 3-15). การท่องเที่ยวชุมชนเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 2(9).

บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. (2559). ยล เยี่ยม เยือน เหง้า :แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2). พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล. (2560). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดนและบ้านโดนปานัน อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

มนัส สุวรรณ. (2538). นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

ยุทธกาน ดิสกุล. (2553 น. 1-26). ประเพณีประติษฐานและอัตลักษณ์ชุมชนคลองแห. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

หน่วยบริการวิชาการ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม. (2557). แนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future. *Tourism Management*, 21(1).

Graburn และ Nelson HH. (1989 p. 207-211). The Fourth World and Fourth World Art. the Shadow of the Sun: Perspectives on Contemporary Native Art.

Henderson, J. C. J. (2009). Islamic tourism reviewed. *Tourism Recreation Research*, 34(2).



**TRANSLATED THAI REFERENCES**

- Academic Service Center College of Social Communication Innovation. (2014). Guidelines for Integrated Marketing Communication for Cultural Tourism in Wangsomboon District Sa Kaeo Province. Srinakharinwirot University. Bangkok.(in Thai)
- Aneksuk, Bunyasarit. (2016). Home Visit: Concepts and Theories on Cultural Tourism. (2nd edition). Phitsanulok. Naresuan University Publishing House. (in Thai)
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future. *Tourism Management*, 21(1).
- Dissakul, Yuttakan. (2010 p. 1-26). Reinvented Traditions and Khlong Hae Community Identities Construction. Thammasat University. Bangkok. (in Thai)
- Graburn and Nelson HH. (1989 p. 207-211). The Fourth World and Fourth World Art. the Shadow of the Sun: Perspectives on Contemporary Native Art,
- Henderson, J. C. J. (2009). Islamic tourism reviewed. *Tourism Recreation Research*, 34(2).
- Kamonin, Kirana. (2015). Development Guidelines for Cultural Tourism in Kalasin Province. University of Phayao, Phayao (in Thai).
- National Economic and Social Development Board. (2018-2021). Eastern Province Group Development Plan. (in Thai)
- Pleerux, Narong. (2014 p. 3-15). Community Based Historical and Cultural Tourism in East Coastal Area. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*. 2(9). (in Thai).
- Singsaktrakul, Parichat. (2020). The Study of Potentiality and Conservation Tourism Development Approach of Baan Thung-Maprang, Kuan Doan District and Baan Kuan Kalong District in Stun Province. (2nd edition). Bangkok: Odeon Store Publishing House. (in Thai)
- Suwan, Manat. (1995). Ecology and Economic Development. (2nd edition). Bangkok: Odeon Store Publishing House. (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2019). Chanthaburi, a Strong Secondary City. *TAT Review Magazine*. (in Thai)

