

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ
กลุ่มจังหวัดภาคกลาง

Tourist demand towards Thai Song Dam Ethnic Tourism
Central Province Group

ศิริพา นันทกิจ

นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยพะเยา

E-mail: brave2001@gmail.com

เสรี วงษ์มณฑา

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยพะเยา

E-mail: seri_wong@yahoo.com

Siripa Nantakit

Student, Tourism and Hotel Management, University of Phayao

Seri Wongmonta

Lecturer, Tourism and Hotel Management, University of Phayao

รับเข้า: 28 กรกฎาคม 2564 แก้ไข: 17 สิงหาคม 2564 ตอรับ: 20 สิงหาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง 2) เปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง เก็บข้อมูลกับจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และค่าแอลเอสดี ไคร์สแคว และค่าคาร์เมอร์วี

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีภูมิลำเนาในภาคกลาง/ปริมณฑล พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีช่วงเวลาเดินทางวันหยุดเทศกาล เดินทางกับครอบครัว และญาติ มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 2,000 บาท ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีร่วมเดินทางท่องเที่ยว 4-5 คน ความถี่ในการเดินทางต่ำกว่า 3 เดือนต่อครั้ง ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ และระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรการขาย ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมมาท่องเที่ยวต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ

Abstract

This research aims to: 1) Study the personal attributes and behavior of tourists as well as their needs towards 'Thai Song Dam' ethnic tourism in the Central Provinces region. 2) Compare the needs of tourists towards 'Thai Song Dam' ethnic tourism of the Central Provinces region, classified by the tourists' personal characteristics, and behaviors, and 3) Study the relationship between personal attributes and travel behavior of Thai Tourists. Focus on the 'Thai Song Dam' ethnic tourism attractions of the central provinces region. The research collected information from 400 Thai tourists who traveled to the central provinces region and visited the 'Thai Song Dam' ethnic tourism attractions. The methodology used for this research was data collection from questionnaires. The data were analyzed with statistical analysis for frequency, mean, standard deviation, t-test F-test, and LSD Square and Cramer's-V values.

The results showed that: 1) The majority of tourists are male aged between 20-29 years old with education below a bachelor's degree, self-employed, single with a monthly income between 15,001-20,000 Baht, and domicile in the central/perimeter regions of

Thailand. Thai tourists travel with the intention of rest and relaxation. They travel with families and relatives during Saturday-Sunday and public holidays. Their total trip average expenses are less than 2,000 Baht. The majority travel within Phetchaburi Province in groups of 4-5 people and make a trip in less than 3 months/time. Thai tourists like local cultural attractions and they search for travel resources from online media. There is a demand from Thai tourists for promotion guidelines for ‘Thai Song Dam’ ethnic tourism of the central provinces region. Overall the average of the highest level of demand was the process of organizing ethnic tourism activities. The average is also at a high level on product aspects, price aspects, distribution channels, marketing promotions, sales personnel, tourism attractions, business cooperation, and ethnic tourism promotion by the government. 2) The various personal attributes and behaviors of tourists have a different levels of demand towards promotion guidelines of the ‘Thai Song Dam’ ethnic tourism of the central provinces region. And 3) Thai tourists' personal attributes have related to low to medium level of Thai tourism behavior towards ‘Thai Song Dam’ ethnic tourism in the central provinces region.

Keywords: tourists, needs of tourists, Thai Song Dam Ethnic Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน และเป็น ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ ทำให้สิ่งเหล่านั้นเป็นที่รู้จัก (Schliesinger, 2001) ทั้งนี้ หากมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มเติมเข้าไปด้วยนั้น สามารถเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสินค้าและบริการ ตามแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งจะนำมาใช้ในปี พ.ศ.2560-2564 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน จากกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระยะที่ผ่านมาได้ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากการมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใหม่ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมากขึ้น นอกจากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดแล้วยังจะเห็นได้ว่า กระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ได้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง รวมถึงภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้มีการปรับเปลี่ยนไปในรูปแบบทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมไทยที่ เปลี่ยนไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,

2559) กลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำหรือลาวโซ่งในสังคมไทยเป็นกลุ่มคนที่มีถิ่นฐานดั้งเดิมอยู่ในบริเวณตอนเหนือของประเทศเวียดนาม การศึกษาพบว่าบ้านเมืองลาวโซ่งดำรงอยู่เนิ่นนานจนพัฒนาเป็นเมืองใหญ่ เช่น เมืองแก่ง เมืองม่วย และเมืองทัน แต่ละเมืองมีเจ้าเมืองปกครองเหมือนเช่น บ้านเมืองของกลุ่มคนตระกูล ไทย-ลาวโดยทั่วไป การอพยพเคลื่อนย้ายเข้ามาในสังคมไทย การอพยพของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ได้เข้ามาเมืองไทยในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี เมื่อปี พ.ศ.2311 เข้ามาอยู่ที่บ้านหนองปร่ง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ต่อมาได้ขยายที่ทำกินไปตามจังหวัดต่าง ๆ เช่น นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สุโขทัย เลย พิจิตร พิษณุโลก วัฒนธรรม วิถีชีวิตและประเพณีของชาวไทยทรงดำเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จังหวัดเพชรบุรีในทางประวัติศาสตร์เป็นจังหวัดที่มีการอพยพของกลุ่มไทยทรงดำมาตั้งถิ่นฐาน เป็นครั้งแรกหรือเรียกว่าเป็นเมืองแม่ ดังนั้น วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ถือว่าเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์อีกหนึ่งพื้นที่ที่บอกเล่าเรื่องราว วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำในประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง โดยเลือกศึกษากลุ่มจังหวัดภาคกลาง 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ราชบุรี และจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เกิดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ของกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ความโดดเด่นในการท่องเที่ยว ตลอดจนนำแนวทางที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศเพื่อก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับประเทศ การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม อนุรักษ์อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของประเทศให้คงอยู่ต่อไป

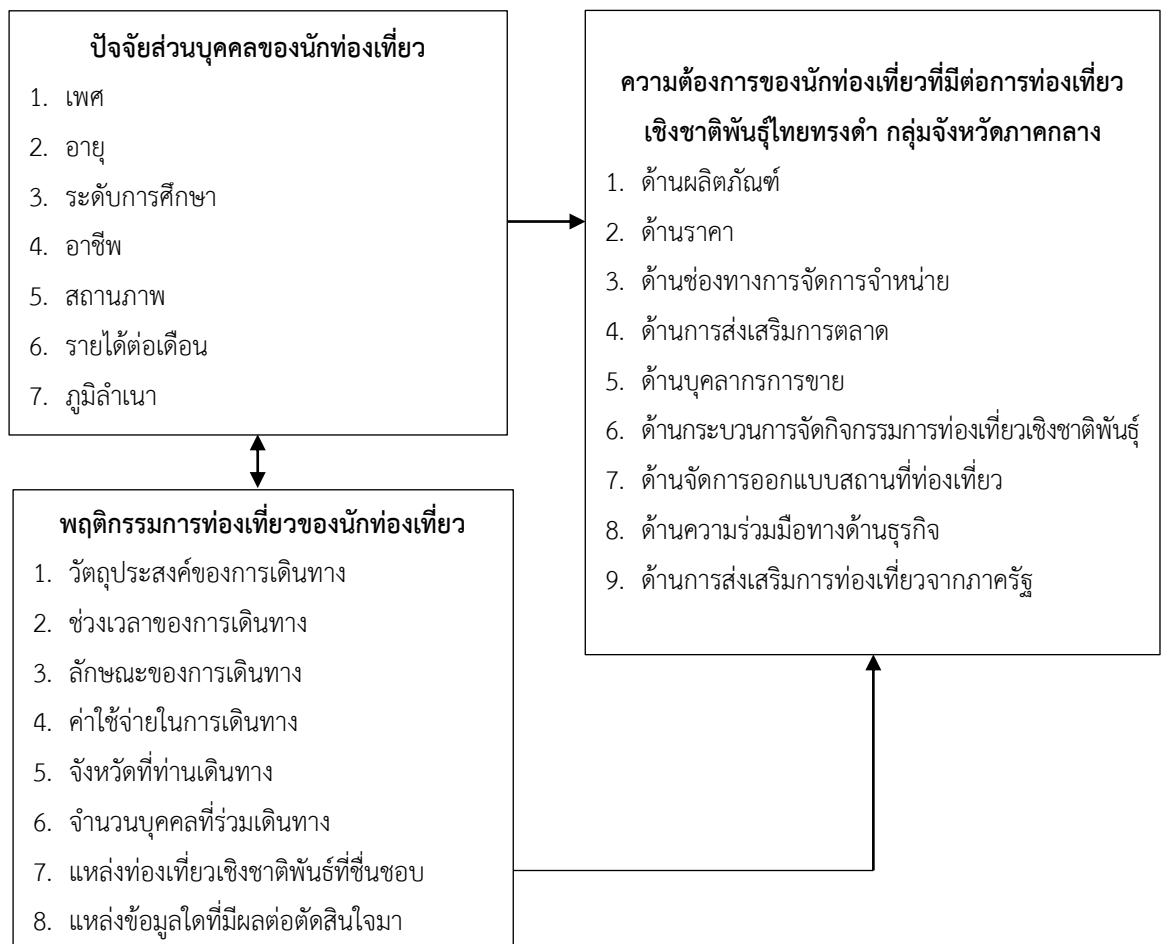
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำกลุ่มจังหวัดภาคกลาง

2. กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำในภาคกลาง 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัด เพชรบุรี จำนวน 589,759 คน จังหวัดราชบุรี จำนวน 235,148 คน และ จังหวัดนครปฐม จำนวน 261,231 คน จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดใน 3 จังหวัด รวม 1,086,138 คน (สถิตินักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) โดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำกลุ่มจังหวัดภาคกลาง โดยแบ่งเกณฑ์ตามสัดส่วน ได้แก่ จังหวัด เพชรบุรี 200 คน จังหวัดราชบุรี 100 คน และจังหวัดนครปฐม 100 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ เวลา ระยะเวลาการศึกษาทั้งหมด 6 เดือน ช่วงเดือน มกราคม-มิถุนายน พ.ศ.2564

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัดเป็นแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวความคิด ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแบบปลายเปิด (Open Questionnaire)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมและค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากห้องสมุดของสำนักงานสภาวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุด มหาวิทยาลัยพะเยา รวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

4.3 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ซึ่งผู้วิจัยทำการ ทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำไปตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือ ความเที่ยงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง (Try Out) โดยทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่ คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน ได้ค่า Alpha 0.824

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาและ การส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำของนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วยสถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) ค่าร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) 4) การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test 5) การทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA และ เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure (Least-Significant Different) และค่าการทดสอบไคว์สแคว (Chi-square) และค่า Cramer's V

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคกลาง ส่วน ใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีภูมิลำเนา ภาคกลาง/ปริมณฑล

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่ม จังหวัดภาคกลาง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีช่วงเวลาของการเดินทางวันหยุดเทศกาล มีลักษณะของการเดินทางกับครอบครัวและญาติ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งต่ำกว่า 2,000 บาท ส่วนใหญ่มีเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรี มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 4-5 คน ความถี่ ในการเดินทางท่องเที่ยว ต่ำกว่า 3 เดือนต่อครั้ง มีความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแหล่งข้อมูลที่มีต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Pantip, YouTube หรือเว็บไซต์

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัด ภาคกลาง แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความต้องการ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.14	มาก
2. ด้านราคา	4.09	0.16	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย	4.20	0.08	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.19	0.45	มาก
5. ด้านบุคลากรการขาย	4.13	0.93	มาก
6. ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	4.22	0.08	มากที่สุด
7. ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	0.01	มาก
8. ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ	4.01	0.07	มาก
9. ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	4.06	0.86	มาก
โดยรวม	4.13	0.60	มาก

4. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วน
ทางการตลาดในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยส่วนบุคคลนักท่องเที่ยว	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
เพศ		ไม่แตกต่าง กันทุกด้าน
อายุ	ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรการขาย ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	
ระดับการศึกษา อาชีพ	ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านบุคลากรการขาย ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วน
ทางการตลาดในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลนักท่องเที่ยว	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สถานภาพ	ด้านการจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ	
รายได้ต่อเดือน ภูมิสำเนา	แตกต่างกันทุกด้าน	

5. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติ
พันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัด
ภาคกลางจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง		ไม่แตกต่างกันทุกด้าน
ลักษณะของการเดินทางตาม	ด้านผลิตภัณฑ์	
ช่วงเวลาของการเดินทาง	ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อ ครั้ง	ด้านบุคลากรการขาย ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง ชาติพันธุ์	
จังหวัดที่เดินทางในครั้งนี้	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง ชาติพันธุ์	
	ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัด
ภาคกลางจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
จำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทาง		
ท่องเที่ยว	ความถี่ในการ	แตกต่างกันทุกด้าน
เดินทางท่องเที่ยว		
แหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิ	ด้านการจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว	
ปัญหาท้องถิ่น	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	
แหล่งข้อมูลที่มีต่อการ	ด้านผลิตภัณฑ์	
ตัดสินใจในการท่องเที่ยว	ด้านการจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว	
	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	

6. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง อยู่ในระดับต่ำ
ถึงปานกลาง แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่ม
จังหวัดภาคกลาง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	สถานภาพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง	×	×	ต่ำ	×	×	×	×
2. ช่วงเวลาของการเดินทาง	×	ต่ำ	ต่ำ	ปาน	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
				กลาง			
3. ลักษณะของการเดินทาง	×	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	×	ต่ำ
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง	×	ต่ำ	ต่ำ	×	×	ปาน	ปานกลาง
						กลาง	
5. จังหวัดที่เดินทางในครั้งนี้	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	×		ต่ำ
6. จำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทาง	×	ต่ำ	ต่ำ	×	×	ปาน	ต่ำ
ท่องเที่ยว						กลาง	
7. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	×	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	×	ปานกลาง
8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ชื่นชอบ	×	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
9. แหล่งข้อมูลที่มีต่อการตัดสินใจใน	×	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
การท่องเที่ยว							

จากตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่ม จังหวัดภาคกลาง พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำถึงปานกลาง

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคกลาง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีภูมิลำเนาภาคกลาง/ปริมณฑล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีอายุไม่มากนัก เพราะมีความสนใจเดินทางมาศึกษาเชิง ชาติพันธุ์ และกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี ยังมีฐานเงินเดือนที่ไม่สูงมากนัก และการ เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ เพราะอาจจะด้วยสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยใน การเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จรัสพันธ์ สิริเจริญ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่ม จังหวัดภาคกลาง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีช่วงเวลาของการเดินทางวันหยุด เทศกาล มีลักษณะของการเดินทางกับครอบครัวและญาติ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งต่ำกว่า 2,000 บาท ส่วนใหญ่มีเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรี มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 4-5 คน ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ต่ำกว่า 3 เดือนต่อครั้ง มีความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภท ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแหล่งข้อมูลที่มีต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Pantip, YouTube หรือเว็บไซต์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อน โดยอาจจะใช้เวลาว่างกับครอบครัวในวันหยุด เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต ของคนในท้องถิ่น โดยการมาท่องเที่ยวจะทราบจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปาริฉัตร อังจะนิล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน รูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ด้าน พฤติกรรมและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน/ เที่ยวชมตลาด ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมากับครอบครัว กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูล จากญาติ/เพื่อน ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน การใช้จ่ายเงินต่อครั้งระหว่าง 501-1,000 บาท เดินทาง ท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวครั้งแรกและจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรการขาย ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก รวมถึงชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ราชดา เครือทิวา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทอง มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานของภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการ และประชาชนเจ้าของพื้นที่ควรร่วมกันกระตุ้น ให้เกิดการทำงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกันอย่างสม่ำเสมอโดยใช้เทคนิควิธีการที่เหมาะสม มีการกำหนดความต้องการการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการนำผลการประเมินมาทบทวนการดำเนินงานเพื่อการประเมิน จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความยั่งยืนมากขึ้นชุมชนควรส่งเสริมและสนับสนุนเด็กและเยาวชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนานาการท่องเที่ยวชุมชน

4. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรการขาย ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐแตกต่างกัน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำอย่างชัดเจน เช่น มีสัญลักษณ์ไทยทรงดำ มีการระบุชื่อ มีภาพถ่าย/ภาพวาดไทยทรงดำ ของกินของใช้เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกมีความหลากหลาย เหมาะสมกับราคา โดยแหล่งท่องเที่ยวมีการโฆษณาโดยการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ วิทยุ Web Page, Facebook, YouTube, Line, Instagram ซึ่งบุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลด้านชาติพันธุ์ไทยทรงดำได้อย่างดี รวมถึงภาครัฐภาคเอกชนกับชุมชนมีความร่วมมือในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปฏิพันธ์ ต้นมิ่ง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ไทยทรงดำ บ้านนาป่าหมาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย แหล่งท่องเที่ยวชาติพันธุ์ไทดำมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการตระหนักรู้ และด้านบุคลากร ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ประกอบด้วย การออกแบบโลโก้ การรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในชาติพันธุ์ไทยทรงดำ บ้านนาป่าหมาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างและขยายตลาด การพัฒนาด้านการ

ประชาสัมพันธ์ การสร้างแลนด์มาร์ค การพัฒนาบุคลากร การถ่ายรูปแบบการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ไทยทรงดำ Up-Facebook, Instagram

5. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรการขาย ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ด้านจัดการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือทางด้านธุรกิจ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ แตกต่างกัน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ อย่างชัดเจน เช่น มีสัญลักษณ์ไทยทรงดำ มีการระบุชื่อ มีภาพถ่าย/ภาพวาดไทยทรงดำ ของกินของใช้เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลาย ซึ่งบุคลากรผู้ให้บริการในพื้นที่มีความรู้สามารถให้ข้อมูลด้านชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ได้อย่างดี รวมถึงภาครัฐภาคเอกชนกับชุมชนมีความร่วมมือในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชุมชิตา นาคภพ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ตำบลเกยไชยมีแหล่งทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ทั้งวัด พิพิธภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีและความเชื่อของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ควรพัฒนาศักยภาพ ของชุมชน ด้วยโครงการมัคคุเทศก์น้อยเชิงอนุรักษ์และโครงการสร้างอัตลักษณ์ส่วนรูปแบบที่เหมาะสม ต่อการจัดการท่องเที่ยวของตำบลเกยไชย คือ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการศึกษา วิถีชีวิตชุมชน มีกิจกรรมบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน เยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม และรับฟังเรื่องเล่า ความเชื่อและตำนาน ประเพณีของชุมชนผ่านมัคคุเทศก์น้อยเชิงอนุรักษ์เพื่อเพิ่ม ความรู้และสร้างความประทับใจต่อการมาเยี่ยมชม รวมไปถึงแวะซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจาก ตาลโตนด สินค้าขึ้นชื่อของตำบลเกยไชยที่แสดงถึงภูมิปัญญาของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

6. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวเองมีความสนใจและตั้งใจที่จะเดินทางมาพักผ่อนและศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ โดยอาจจะใช้เวลาว่างกับครอบครัวในวันหยุด โดยการมาท่องเที่ยวจะทราบจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนัญญ์ โชคปริดาพานิช (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ชีตความสามารถการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนชาติพันธุ์ไทยทรงดำเขาย้อย เพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีการ ตรวจสอบความพร้อมของทรัพยากร

ทางการท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการ รวมทั้งความยินดีในการทำการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับชุมชนมากขึ้น รวมไปถึงการทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวในเชิงชาติพันธุ์ไทยทรงดำทั้ง 3 แห่ง จำเป็นต้องได้รับความร่วมมืออย่างจากกลุ่มเชิงชาติพันธุ์ทั้งในด้านการจัดเตรียมสภาพแวดล้อม อาคารสถานที่ กิจกรรมท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ฯลฯ ซึ่งกลุ่มชาติพันธุ์เองก็มีข้อจำกัดในการปรับปรุงพัฒนา ดังนั้น ภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนควรเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนทั้งงบประมาณและการจัดกิจกรรม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์สามารถเกิดขึ้นได้และยั่งยืนอย่างแท้จริง

2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ องค์กรธุรกิจนำเที่ยวอาจจะมีผลผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในลักษณะเฉพาะนี้อาจจะมีน้อยหรือยังไม่เห็นเสน่ห์หรือคุณค่าของความเป็นเชิงชาติพันธุ์เพียงพอ ดังนั้น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสานจะทำให้โอกาสของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีโอกาสสำเร็จยิ่งขึ้น

3. การจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ควรตั้งอยู่บนแนวคิดผสมผสานระหว่างการสะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของชุมชนกับความสนใจดึงดูดใจในเชิงการท่องเที่ยว สาธารณูปโภค การคมนาคมที่สะดวก ฯลฯ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์จำเป็นต้องวางแผนร่วมกันไปทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแวดล้อม

4. กลุ่มชาติพันธุ์เป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อการจัดการท่องเที่ยวประเภทนี้ กลุ่มชาติพันธุ์เองจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของตนและสมาชิกกลุ่มในการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนสู่นักท่องเที่ยวอย่างภาคภูมิใจสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชาติพันธุ์ได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการบูรณาการการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชาติพันธุ์ร่วมกับท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ว่ารูปแบบการผสมผสานใดจะทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ และบรรลุเป้าหมายในการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการสร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในพื้นที่อื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จรัสนันท์ สิทธิเจริญ. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชุนษิตา นาคภพ. (2561). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน เกษไชย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ธนัญญา โชคปริดาพานิช. (2562). แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะพื้นฐานอาชีพผู้นำเที่ยวไทยที่สอดคล้องตามความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. (2558). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รชดา เครือทิวา. (2555). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทอง. สถาบันการพลศึกษา: อ่างทอง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Schliesinger, J. (2001). *Tai Group of Thailand, Volume 1: Introduction and overview*. Bangkok: White Lotus Press.