



สภาพปัญหา ความต้องการ และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์

Problems, needs, and management guidelines for cultural tourism targeting

Myanmar tourists in Phetchabun Province

ปาริชาติ ยศปาน¹, จีรนนท์ ชวาลสันตติ², Myint Zu Khaing³, สพลเชษฐ์ ประชุมชัย^{4*}

Parichat Yotpan¹, Cheeranun Chawalsantati², Myint Zu Khaing³, Sapolachet Prachumchai^{4*}

^{1,2} วิทยาลัยสหสัมพันธ์และสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{3,4} สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{1,2} International Affairs and Language Institute, Phetchabun Rajabhat University

^{3,4} English Program, Humanities and Social Sciences, Phetchabun Rajabhat University

*Corresponding author's e-mail: parichat.y@pcru.ac.th¹, cheeranun.cha@pcru.ac.th²,

myint.zu.khaing333@gmail.com³, sapolachet@gmail.com^{4*}

Received: December 29, 2025

Revised: February 16, 2026

Accepted: February 16, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ และ 2) เสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวเมียนมา การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมา จำนวน 227 คน ด้วยแบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน ประกอบด้วยตัวแทนนักท่องเที่ยว พระสงฆ์ ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่าสภาพปัญหาสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของชาวเมียนมา คือ การเดินทางไม่สะดวก (ร้อยละ 50.22) การบริการที่ไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 46.26) และข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ (ร้อยละ 39.65) สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาที่มุ่งเน้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 57.71) และระบบขนส่งสาธารณะ (ร้อยละ 38.33) ผลการศึกษาเชิงลึกสะท้อนให้เห็นว่า ปัญหาด้านการบริการเกิดจากกำแพงภาษาและการขาดสื่อประชาสัมพันธ์ภาษา

เมียนมา ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมได้จำกัด ในขณะที่ผู้ประกอบการและภาครัฐเผชิญปัญหาด้านการจัดการขยะ การจราจร และการสื่อสาร แนวทางการบริหารจัดการที่เสนอแนะประกอบด้วยกลยุทธ์ "สะดวก-สะอาด-สื่อสาร" ได้แก่ การพัฒนาระบบขนส่งเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงสุขอนามัยในศาสนสถาน และการจัดทำป้ายสื่อสารหลายภาษา เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับพลวัตของนักท่องเที่ยวกลุ่มแรงงานข้ามชาติ

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, สภาพปัญหาและความต้องการ, นักท่องเที่ยวชาวเมียนมา, จังหวัดเพชรบูรณ์

Abstract

This study aimed to 1) investigate the current problems and needs of Myanmar tourists regarding cultural tourism in Phetchabun Province, and 2) propose appropriate tourism management guidelines for government agencies and private sector entrepreneurs to effectively support Myanmar tourists. This study employed a mixed-methods research design. Quantitative data collected from a sample of 227 Myanmar tourists using questionnaires, while qualitative data were gathered through in-depth interviews with 20 key informants, including tourists' representatives, monks, entrepreneurs, and government officials. Data were analyzed using descriptive statistics and content analysis. The findings revealed that the primary obstacles for Myanmar tourists included inconvenient transportation (50.22%), a lack of hospitable service (46.26%), and insufficient information (39.65%). These challenges aligned with the tourists' prioritized needs for facility development (57.71%) and improved public transportation systems (38.33%). In-depth interviews indicated that the service – related issues primarily stemmed from language barriers and a lack of Myanmar– language promotion materials, which significantly limited tourists' access to and engagement with cultural activities. Meanwhile, entrepreneurs and government officials faced challenges in waste management, traffic congestion, and communication. The proposed management guidelines focused on a "Convenience–Cleanliness–Communication" strategy. Key initiatives include developing integrated transportation linking between tourist sites, improving hygiene standard in religious landmarks, and implementing multi–language signage to elevate service quality consistent with the dynamics of the migrant worker tourism market.

Keywords: cultural tourism management, problems and needs, Myanmar tourists, Phetchabun province

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมและความเชื่อใกล้เคียงกัน (World Tourism Organization, 2017; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) ในระดับโลก แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดว่าตลาดโลกจะขยายตัวด้วยอัตราการเติบโตแบบเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 11.2 มูลค่า 16.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2568 ซึ่งเน้นการเข้าถึงมรดกทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนกลุ่มน้อยและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Data Bridge Market Research, 2025)

ในบริบทประเทศไทย กลุ่มแรงงานข้ามชาติ โดยเฉพาะชาวเมียนมา เป็นประชากรแฝงที่มีจำนวนมากและมี

ศักยภาพในการเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (niche market) ข้อมูลล่าสุดจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2568) ระบุว่าประเทศไทยมีแรงงานต่างด้าวมากกว่า 3.35 ล้านคน ณ สิ้นปี 2567 และจังหวัดเพชรบูรณ์มีแรงงานเมียนมาที่ขออนุญาตทำงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มคงเหลือกว่า 7,827 คน นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบายขยายอายุอนุญาตทำงานให้กับแรงงานเมียนมาและกัมพูชาไปจนถึง 13 สิงหาคม 2568 ส่งผลให้กลุ่มนี้มีสถานะถิ่นที่อยู่ชั่วคราวและมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์, 2568)

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นที่ตั้งของศาสนสถานสำคัญหลายแห่ง และพบว่ามิชชันนารีชาวเมียนมาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและแสวงบุญเป็นจำนวนมาก (ไทยรัฐออนไลน์, 2566) อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มแรงงานเมียนมาจะมีพฤติกรรมใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะในกิจกรรมทางศาสนาและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ระบบการจัดการการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดการออกแบบเฉพาะเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มนี้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ แม้จังหวัดเพชรบูรณ์จะมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง โดยเฉพาะในอำเภอเขาต่อซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เช่น วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว และพระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก (รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ และรสสุคนธ์ ประดิษฐ์, 2557) แต่การศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวในภาพรวมของพื้นที่ก็พบอุปสรรคด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริการที่คล้ายคลึงกัน การขาดการจัดการที่เฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาจึงเป็นช่องว่างที่สำคัญยิ่งในบริบทนี้

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศไทยและระดับนานาชาติ วรรณกรรมส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับกลุ่ม “แรงงานข้ามชาติ” ในฐานะผู้บริโภคการท่องเที่ยวยังมีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยก่อนหน้ามักศึกษากลุ่มนี้ในมิติของปัจจัยการผลิต สิทธิแรงงาน หรือผลกระทบทางสังคม (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์, 2563; สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, 2567) แต่กลับขาดองค์ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการเฉพาะ และอุปสรรคในการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างช่องว่างสำคัญในการออกแบบบริการและการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กลุ่มประชากรเฉพาะนี้

ในบริบทของจังหวัดเพชรบูรณ์ แม้จะมีรายงานว่านักท่องเที่ยวชาวเมียนมาเดินทางมาแสวงบุญเป็นจำนวนมากและมีกำลังซื้อสูง (ไทยรัฐออนไลน์, 2566) แต่ระบบการบริหารจัดการปัจจุบันยังไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับความต้องการเฉพาะของกลุ่มนี้ ปัญหาสำคัญที่พบจากการสังเกตและข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบขนส่งสาธารณะที่ขาดการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีรถส่วนตัวประสบความยากลำบากในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ การขาดแคลนสื่อข้อมูลและป้ายสื่อสารภาษาเมียนมา ก่อให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารและนำไปสู่ความเข้าใจผิดว่า การบริการไม่เป็นมิตร ในมุมมองของผู้ให้บริการและชุมชนท้องถิ่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วก็สร้างความกดดันด้านการจัดการขยะ ความแออัด และปัญหาการจราจร โดยขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการบริหารและลดผลกระทบเชิงลบ (Richards, 2018)

การขาดการศึกษาที่เจาะลึกเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวเมียนมา พร้อมกับการมองข้ามข้อจำกัดของผู้ประกอบการและภาครัฐในพื้นที่ ส่งผลให้ยังไม่มีแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมและยั่งยืนสำหรับกลุ่มนี้ หากปล่อยให้ช่องว่างนี้ดำรงอยู่ต่อไป ปัญหาด้านการบริการและโครงสร้างพื้นฐานอาจทวีความรุนแรง นำไปสู่ความขัดแย้งทางสังคม การลดทอนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด และการสูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจจากกลุ่มตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างดังกล่าว โดยมีเป้าหมายในการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวเมียนมาอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสังเคราะห์แนวทาง

การบริหารจัดการที่สมดุลระหว่างการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อชุมชนเจ้าบ้าน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและครอบคลุมมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม สำหรับหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวเมียนมา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (5 A's of tourism)

Dickman (1997) ได้นำเสนอองค์ประกอบพื้นฐาน 5 ประการที่จำเป็นต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) การคมนาคมขนส่ง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) ที่พักแรม (Accommodation) และ 5) กิจกรรม (Activity) ในบริบทของงานวิจัยนี้ แนวคิด 5 A's ถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการประเมิน "ความพร้อมของพื้นที่" โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นจุดอ่อนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการท่องเที่ยวของกลุ่มแรงงานข้ามชาติ

แนวคิดแรงงานข้ามชาติในฐานะนักท่องเที่ยว (migrant as tourist)

Cohen (1992) ชวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) และเรณู หมิ่นจันทร์เชย (2564) อธิบายว่า แรงงานข้ามชาติไม่ได้มีสถานะเพียงผู้ผลิตทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็น "นักท่องเที่ยว" ที่แสวงหาพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจและพื้นที่ทางสังคม เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์และลดความตึงเครียดจากการทำงาน การบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนี้จึงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเฉพาะตัว เช่น ภาษา งบประมาณ และรูปแบบการเดินทางที่เน้นการรวมกลุ่ม เพื่อลดช่องว่างทางวัฒนธรรมและสร้างความพึงพอใจ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

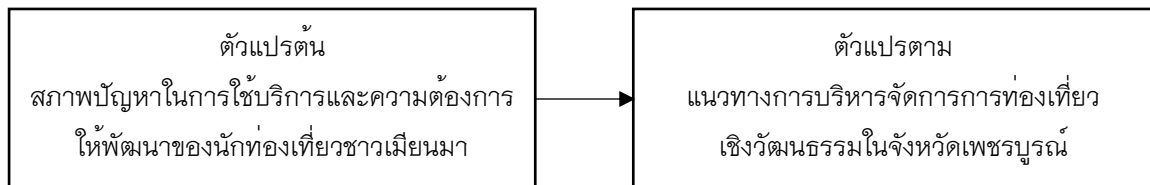
แนวโน้มล่าสุดจาก Data Bridge Market Research (2025) ชี้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเติบโตต่อเนื่องโดยตลาดโลกคาด CAGR 11.2% สู่อันดับ 16.95 พันล้าน USD ภายในปี 2568 เน้นมรดกดิจิทัลและกลุ่มชนกลุ่มน้อย ซึ่งสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวพม่าที่มีพฤติกรรมใช้จ่ายสูง ในวัดวาอาราม Richards (2018) สิริมา เจริญศรี และคณะ (2562) และสุเทพ สุดเอี่ยม และคณะ (2561) เสนอว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมกับการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ รวมถึงการจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การจัดการขยะ การจราจร และความขัดแย้งทางสังคม แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์มุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสังเคราะห์เป็นแนวทางปฏิบัติที่เอื้อต่อการอยู่ร่วมกัน

สรุปแล้ว จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดทั้ง 3 ส่วนเพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา โดยเริ่มจากการใช้แนวคิด องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (5 A's) เป็นเกณฑ์ในการประเมินความพร้อมและค้นหาจุดอ่อนของโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ ควบคู่ไปกับการทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายผ่านมุมมอง แรงงานข้ามชาติในฐานะนักท่องเที่ยว ที่ต้องการเข้าถึงพื้นที่ทางสังคมและการยอมรับ เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการภายใต้หลักการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและการจัดการผลกระทบต่อชุมชน

เจ้าบ้าน อันเป็นเป้าหมายสูงสุดของการวิจัยครั้งนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อสังเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการ โดยเชื่อมโยงระหว่างสภาพปัญหาจากมุมมองนักท่องเที่ยว กับข้อจำกัดและศักยภาพจากมุมมองผู้ให้บริการ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงอธิบายตามลำดับ เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการในวงกว้าง แล้วตามด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อเจาะลึกถึงสาเหตุและแนวทางการบริหารจัดการ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีสถานะแรงงานข้ามชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเปราะบาง ผู้วิจัยได้ยื่นขอรับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ พร้อมดำเนินการตามหลักการพื้นฐาน โดยขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลทุกท่านอย่างชัดเจน การปกป้องความเป็นส่วนตัวและการเก็บรักษาข้อมูลอย่างมั่นคง ตลอดจนการรับรองสิทธิ์ในการถอนตัวจากการวิจัยได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบ และการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อการพัฒนาทางวิชาการและสังคมโดยไม่ก่อให้เกิดการตีตราหรือเลือกปฏิบัติ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชาวเมียนมาที่พำนักอาศัยหรือเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 227 คน ซึ่งมีขนาดอยู่ในช่วงที่เหมาะสมตามแนวคิดของ Roscoe (1975) ที่เสนอว่าการวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 30-500 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ 1) เป็นชาวเมียนมา ทั้งในสถานะนักท่องเที่ยวหรือแรงงาน ที่พำนักอาศัยหรือเดินทางเข้ามาในจังหวัดเพชรบูรณ์ และ/หรือ 2) มีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาในจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างน้อย 1 ครั้ง

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายและมีความรู้เฉพาะด้าน ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ตัวแทนนักท่องเที่ยว/แรงงานชาวพม่า จำนวน 8 คน 2) พระสงฆ์ มัคทายก หรือผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน 3) ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 4 คน และ 4) เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว และส่วนที่ 3 ความต้องการในการพัฒนา ซึ่ง

ผู้สอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าระหว่าง .67-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าเท่ากับ .82

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ถูกออกแบบให้มีความยืดหยุ่น โดยมีแนวคำถามหลัก เป็นกรอบเพื่อให้การสัมภาษณ์ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย แต่ยังคงเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แนวคำถามประกอบด้วย 1) สำหรับนักท่องเที่ยว/แรงงาน เกี่ยวกับประสบการณ์ ปัญหาอุปสรรคโดยละเอียด ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ และ 2) สำหรับผู้ให้บริการ/หน่วยงาน เกี่ยวกับมุมมองต่อการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเมียนมา ปัญหาด้านการจัดการที่ประสบ ผลกระทบต่อพื้นที่ และแนวทางแก้ไข/สนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนสิงหาคม 2568 โดยลงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว และชุมชนใกล้เคียง โดยเริ่มต้นด้วยการแจกแบบสอบถามเชิงปริมาณแก่กลุ่มตัวอย่าง 227 คน จากนั้นจึงคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนจากกลุ่มตัวอย่างเดิม รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ตามเกณฑ์ มาสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจเหตุผลและบริบทเบื้องหลังข้อมูลเชิงตัวเลขที่ได้มา ขั้นตอนก่อนการเก็บข้อมูลทุกครั้ง ได้มีการขอความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างละเอียด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ เพื่อจัดลำดับสภาพปัญหาที่พบมากที่สุด และค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อจัดลำดับสภาพปัญหาที่พบมากที่สุดและประเมินระดับความต้องการในการพัฒนา

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบประยุกต์ โดยเริ่มจากการถอดคำสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง นำข้อมูลมาจัดกลุ่มประเด็น และจำแนกหมวดหมู่ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นทำการตีความและสังเคราะห์ เชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและบริบทพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมดุลและเป็นรูปธรรม

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมา 227 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 20 คน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

1. สภาพปัญหาและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เนื่องจากการวัดสภาพปัญหาและความต้องการในแบบสอบถามอนุญาตให้ผู้ตอบสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ (multiple responses) ร้อยละที่แสดงต่อไปนี้จึงคำนวณจากสัดส่วนของผู้ตอบที่เลือกประเด็นนั้น ๆ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนเลือกตอบและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสภาพปัญหาและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สภาพปัญหาและความต้องการ	จำนวนเลือกตอบ	ร้อยละ
ปัญหาในการใช้บริการ		
1. การเดินทางไม่สะดวก	114	50.22
2. การบริการที่ไม่เป็นมิตร	105	46.26
3. ข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ	90	39.65
4. การสื่อสารภาษา	66	29.07
5. ค่าใช้จ่ายสูง	32	14.10
6. อื่น ๆ	0	0.00
สิ่งที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด		
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	131	57.71
2. ระบบขนส่งสาธารณะ	87	38.33
3. ราคาค่าบริการ	87	38.33
4. ระบบข้อมูลข่าวสาร	48	21.15
5. บริการนำเที่ยว	42	18.50
6. อื่น ๆ	2	0.88

จากตาราง 1 พบว่า ปัญหาสำคัญที่สุดคือ การเดินทางไม่สะดวก (ร้อยละ 50.22) รองลงมาคือ การบริการที่ไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 46.26) และ ข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ (ร้อยละ 39.65) นอกจากนี้ ในด้านความต้องการพัฒนากลุ่มตัวอย่างระบุว่าสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเร่งด่วนที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 57.71) และระบบขนส่งสาธารณะ (ร้อยละ 38.33)

ผลการศึกษาเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ ช่วยขยายความปัญหาดังกล่าวได้ชัดเจนยิ่งขึ้นในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ปัญหากำแพงภาษา ตัวเลขปัญหาการบริการที่ไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 46.26) และการสื่อสารภาษา (ร้อยละ 29.07) มีความสัมพันธ์กัน โดยผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า "ปัญหาอุปสรรคด้านการสื่อสาร พบปัญหาเรื่องกำแพงภาษาในการสื่อสารเจรจาซื้อขาย ซึ่งต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยภาษากาย" ทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าผู้ขายไม่เต็มใจให้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเมียนมาสะท้อนว่า "เสนอให้จัดทำป้ายและข้อมูลเป็นภาษาพม่า เพราะปัจจุบันเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ไม่ครบถ้วน"

2. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน สอดคล้องกับข้อมูลปริมาณที่ระบุว่าการเดินทางเป็นปัญหาอันดับ 1 โดยหน่วยงานภาครัฐยอมรับว่า "ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด การจราจรจะติดขัดมาก โดยเฉพาะบริเวณทางขึ้นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างวัดพระธาตุผาซ้อนแก้ว" และพระสงฆ์ยังสะท้อนปัญหาเรื่อง "ความพร้อมของสถานที่ โดยเฉพาะห้องน้ำและที่จอดรถ ที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับศรัทธามหาชน"

2. แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการสังเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการ ร่วมกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายใต้กลยุทธ์ "3 ส สะดวก-สะอาด-สื่อสาร" เพื่อปิดจุดอ่อนและยกระดับคุณภาพการบริการ ดังนี้

2.1 ด้านความสะดวก การเชื่อมโยงการเข้าถึง

ประเด็นปัญหา คือขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 50.22)

แนวทางการจัดการ คือหน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนจัดให้มี "ระบบขนส่งมวลชนเชื่อมโยง" เช่น รถสองแถวหรือรถตุ๊กตุ๊ก-ส่งจากสถานีขนส่งไปยังวัดสำคัญในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไม่มีรถส่วนตัวและช่วยลดปัญหาการจราจรแออัดในพื้นที่

2.2 ด้านความสะอาด การจัดการสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม

ประเด็นปัญหา คือปริมาณขยะเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวและห้องน้ำไม่เพียงพอ

แนวทางการจัดการ คือวัดและสถานที่ท่องเที่ยวควรบริหารจัดการพื้นที่โดยเพิ่มจุดทิ้งขยะแยกประเภทที่มี "ป้ายกำกับภาษาพม่า" เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการทิ้งขยะ รวมถึงปรับปรุงห้องน้ำให้ถูกสุขลักษณะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างความประทับใจ

2.3 ด้านการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม

ประเด็นปัญหา คือการบริการไม่เป็นมิตรเนื่องจากกำแพงภาษา (ร้อยละ 46.26) และข้อมูลไม่เพียงพอ (ร้อยละ 39.65)

แนวทางการจัดการ คือผู้ประกอบการควรปรับตัวโดยจัดทำ "ป้ายเมนูและสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ภาษา" (ไทย-อังกฤษ-พม่า) เพื่อลดความผิดพลาดในการสื่อสาร นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนให้มี "อาสาสมัครนำเที่ยว" หรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาพม่าได้ประจำจุดท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนมุมมองจาก "แรงงานต่างด้าว" ให้กลายเป็น "นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน" อย่างสมบูรณ์

การอภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการ และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเมียนมา ซึ่งสอดคล้องและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสองประการ ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปัญหาการเข้าถึง คอขวดที่ปิดกั้นโอกาสทางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยที่พบว่าปัญหาอันดับหนึ่ง คือ "การเดินทางไม่สะดวก" (ร้อยละ 50.22) ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสำคัญขาดการเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะ การค้นพบนี้สนับสนุนแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (5 A's) ของ Dickman (1997) ที่เน้นความสำคัญของการเข้าถึง (accessibility) เป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ แต่ในบริบทของเพชรบูรณ์ การขาดแคลนระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงนี้เป็นปัญหาและส่งผลกระทบต่อตรงต่อความปลอดภัยและความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว (รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ และรสสุคนธ์ ประดิษฐ์, 2557) ดังที่ กริช อึ้งวิฑูรย์สถิตย์ (2568) ได้กล่าวถึงความจำเป็นของการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเพื่อพวงเศรษฐกิจ นอกจากนี้ แม้จะมีอุปสรรคด้านการเดินทาง แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเมียนมายังคงพยายามเดินทางมาโดยการเหมารถ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ ไทยรัฐออนไลน์ (2566) ที่พบว่าแรงงานเมียนมาเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและศรัทธาแรงกล้า ยอมจ่ายค่าเหมารถเพื่อไปทำบุญ ดังนั้น หากมีการจัดการระบบขนส่งที่ดี ย่อมสามารถปลดล็อกมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาลที่ซ่อนอยู่ได้

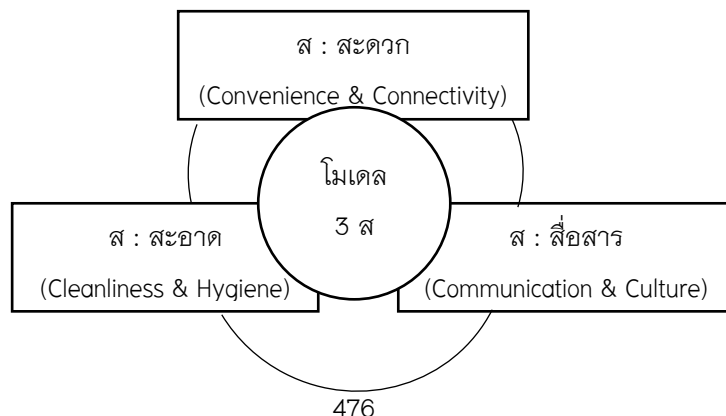
2. กำแพงภาษาและวัฒนธรรม รากเหง้าของความรู้สึก "ไม่เป็นมิตร" การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการบริการไม่เป็น

มิตร (ร้อยละ 46.26) และ “การสื่อสารภาษา” (ร้อยละ 29.07) เป็นปัญหา ได้รับการอธิบายอย่างลึกซึ้งจากข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเผยว่าการสื่อสารต้องฟังภาษาท่วงท่าซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจผิด ขณะที่นักท่องเที่ยวต้องการป้ายข้อมูลภาษาพม่า การตีความหมายผลเชิงปริมาณด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพนี้ ชี้ให้เห็นว่ารากเหง้าของปัญหาไม่ใช่เจตนาไม่เป็นมิตร แต่เป็น “ความไม่พร้อมด้านเครื่องมือสื่อสารข้ามวัฒนธรรม” มุมมองนี้สอดคล้องกับแนวคิด “แรงงานข้ามชาติในฐานะนักท่องเที่ยว” (Cohen, 1992) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทสังคมไทย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของเรณู หมื่นจันทร์เชย (2564) ที่พบว่าความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมการทำงานมักเป็นสาเหตุของความเข้าใจผิดระหว่างชาวไทยและเมียนมา การที่ผู้ประกอบการสื่อสารไม่ได้อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความห่างเหินและไม่ได้รับการต้อนรับ ซึ่งขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) ได้อธิบายเพิ่มว่าแรงงานข้ามชาติมักต้องการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนในพื้นที่สาธารณะ กล่าวได้ว่าการขาดป้ายภาษาเมียนมาหรือการขาดสื่อภาษาของตนจึงอาจถูกตีความว่าเป็นการไม่ต้อนรับหรือปฏิเสธอัตลักษณ์ ทำให้เกิดความรู้สึกแปลกแยกมากกว่าจะเป็น ความเกลียดชังส่วนบุคคล

3. โมเดล “3 ส” จากปัญหาเชิงประจักษ์สู่แนวทางบูรณาการเพื่อความยั่งยืน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภายใต้กรอบ “สะดวก-สะอาด-สื่อสาร” ถือเป็นองค์ความรู้ที่สังเคราะห์ขึ้นโดยตรงจากผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพอย่างเป็นขั้นตอน กลยุทธ์ “สะดวก” (convenience & connectivity) เกิดจากข้อค้นพบหลักว่าด้วยปัญหาการขนส่ง กลยุทธ์ “สะอาด” (cleanliness & hygiene) สังเคราะห์จากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับปัญหาขยะและสุขอนามัย และกลยุทธ์ “สื่อสาร” (communication & culture) เป็นการตอบโต้โดยตรงต่อปัญหาคำพยางษาที่พบทั้งในแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โมเดลนี้จึงไม่ใช้การนำเสนอทฤษฎีจากที่อื่นมาใช้ แต่เป็นการสร้างกรอบปฏิบัติขึ้นจากปัญหาในพื้นที่จริง สอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ Richards (2018) และมาตรฐานสากลของ ICOMOS (199) ที่เน้นการสื่อความหมายทางมรดกวัฒนธรรม ให้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในประเด็น “การสื่อสาร” นั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของราชรส ปัญญาบุญ และคณะ (2568) ที่พบว่าเมื่อมีการเปิดโอกาสให้แรงงานเมียนมามีส่วนร่วมในประเพณีท้องถิ่น (กรณีศึกษาประเพณีชักพระ จังหวัดภูเก็ต) จะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เช่นเดียวกับแนวคิดของ สุเทพ สุดเอี่ยม และคณะ (2561) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต้องเกิดจากการบริหารจัดการที่ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในการลดผลกระทบด้านลบ เช่น ขยะ หรือ จราจร ร่วมกัน ดังนั้น โมเดล 3 ส จึงไม่ใช่เพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่เป็นการวางรากฐานการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ได้นำไปสู่การค้นพบองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของ “โมเดลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับแรงงานข้ามชาติ” หรือ “โมเดล 3 ส” ซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติที่สังเคราะห์ขึ้นเพื่อปิดช่องว่างด้านการบริการและลดผลกระทบทางสังคม ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 2 โมเดล 3 ส

1. ส – สะดวก (Convenience & Connectivity) องค์ความรู้ใหม่ชี้ให้เห็นว่า หัวใจสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติไม่ใช่ความหรูหรา แต่คือ "ความสามารถในการเชื่อมโยง" (Connectivity) เนื่องจากข้อจำกัดด้านยานพาหนะ ดังนั้น การจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนท้องถิ่น (local feeder) ที่เชื่อมต่อระหว่างสถานีขนส่งหลักไปยังศาสนสถานสำคัญในช่วงวันหยุด คือกุญแจสำคัญที่จะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวและลดปัญหาการจราจร

2. ส – สะอาด (Cleanliness & Hygiene) ผลการวิจัยยืนยันว่า "สุขอนามัย" เป็นเรื่องเร่งด่วนที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความสัมพันธ์กับชุมชน แนวทางการจัดการที่เหมาะสมคือการเปลี่ยนจาก "การตามเก็บ" เป็น "การสื่อสารเพื่อป้องกัน" โดยใช้ป้ายสัญลักษณ์หรือภาษาเพื่อนบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการแยกขยะและการรักษาความสะอาด ซึ่งจะช่วยลดอคติทางชาติพันธุ์และสร้างการยอมรับจากชุมชนเจ้าบ้าน

3. ส – สื่อสาร (Communication & Culture) การค้นพบที่สำคัญคือ "กำแพงภาษา" เป็นรากเหง้าของความรู้สึกไม่เป็นมิตร โมเดลนี้จึงเสนอให้ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการ "ทลายกำแพงวัฒนธรรม" ผ่านการจัดทำป้าย 3 ภาษา (ไทย-อังกฤษ-เมียนมา) และการมีอาสาสมัครนำเที่ยว ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ข้อมูล แต่ยังเป็นการแสดงออกถึง "การต้อนรับ" (hospitality) ที่เปลี่ยนสถานะของแรงงานให้กลายเป็น "แขกผู้มาเยือน" อย่างมีเกียรติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดระบบขนส่งมวลชนเชื่อมโยง หรือรถรับ-ส่งระยะสั้นที่วิ่งวนรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในช่วงวันหยุดและเทศกาล เพื่อแก้ปัญหาการจราจรติดขัดและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มแรงงานที่ไม่มีรถส่วนตัวสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวกและปลอดภัย

1.2 ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญเร่งด่วนกับการบริหารจัดการพื้นที่รองรับศรัทธามหาชน โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะและการจัดจุดทิ้งขยะแยกประเภทที่มีป้ายกำกับภาษาเมียนมา เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการรักษาความสะอาดและลดภาระในการจัดการขยะของชุมชน

1.3 ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นภาษาเมียนมาควบคู่กับภาษาไทย รวมถึงส่งเสริมให้มีอาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาเพื่อนบ้านได้ประจำจุดสำคัญ เพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ซึ่งจะช่วยลดความรู้สึกไม่เป็นมิตรและยกระดับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมและความต้องการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเมียนมากับนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านอื่น เช่น ลาว หรือกัมพูชา เพื่อให้เห็นความแตกต่างและสามารถกำหนดนโยบายการจัดการในระดับภูมิภาคได้อย่างครอบคลุม

2.2 ควรศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวกลุ่มแรงงานข้ามชาติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนเชิงประจักษ์ในการจัดสรร

งบประมาณของภาครัฐ

2.3 ควรศึกษาเรื่องขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (carrying capacity) ในช่วงเทศกาลสำคัญ เพื่อวางแผนการจัดการพื้นที่และลดผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรีซ อึ้งวิฑูรย์สถิตย์. (2568). *ทางรอดทางเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว: ความพยายามที่ถูกบีบด้วยบริบทของความปลอดภัย*. สืบค้น 4 เมษายน 2568 จาก <https://www.thansettakij.com/blogs/columnist/myanmar/640715>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *รายงานประจำปี 2564*. สืบค้น 4 เมษายน 2568 จาก https://api.tat.or.th/upload/live/about_tat/8925/รายงานประจำปี_2564.pdf
- ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล. (2560). *เอกลักษณ์ของแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย: ศึกษาเปรียบเทียบแรงงานชาวพม่า กัมพูชา และลาว*. คุษฏีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ไทยรัฐออนไลน์. (2566). *แรงงานเมียนมาสายบุญ ครัทธาแรง กระเป๋าหนัก นิยมตระเวนหาผลกำไรเที่ยววัดไทย*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2568 จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/interview/2717034>
- เรณู หมั่นจันทร์เซย. (2564). *วัฒนธรรมการทำงานของชาวเมียนมาและชาวไทยในบริษัทไทยในประเทศเมียนมา*. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 15(3), 151–166.
- ราชรส ปัญญาบุญ, พระมหาภาณุวิชัย ภาณุวิชิชโย, พรพิมล เตียมวัง, ธนกฤต ขวัญทอง, และเสาวภาคย์ สุรจิตติพงศ์. (2568). *การมีส่วนร่วมของคนไทยและแรงงานเมียนมาในประเพณีชักพระ ชุมชนบ้านเกาะลิเหรี จังหวัดภูเก็ต*. *วารสารสันติสุขปริทรรศน์*, 6(1), 180–190.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ และรสสุคนธ์ ประดิษฐ์. (2557). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์*. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สิริมา เจริญศรี, วิภาณี เพ็ญบัวขาว, เศกสิทธิ์ ปักยี และธนวันต์ สิทธิไทย. (2562). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชายแดนไทย-เมียนมา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 8(2), 253–267.
- สุเทพ สุดเยี่ยม, สุภาภรณ์ โสภา, สุขอุษา นุ่นทอง และอำพล ปุญญา. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หอเรียนสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. (2563). *รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2563*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้น 31 มกราคม 2568 จาก https://phchabun.nso.go.th/downloads/phetchabun_provincial_statistical_report_2563.pdf
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. (2568). *รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2568*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2568 จาก <https://phchabun.nso.go.th/reports-publications/ebook.html?view=book&id=83:2568&catid=5:provincial-statistics-report>
- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2567). *ข้อมูลสถิติจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วประเทศรายไตรมาส ปี 2567*. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. สืบค้น 31 มกราคม 2568 จาก <https://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/0/pull/module/view/list-label>
- Cohen, E. (1992). Pilgrimage centers: Concentric and excentric. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 33–50.
- Data Bridge Market Research. (2025). *Global cultural tourism market: Industry trends and forecast*. Retrieved

August 1, 2025, from <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-cultural-tourism-market>

Dickman, S. (1997). *Tourism: An introductory text* (3rd ed). Hodder Headline.

ICOMOS. (1999). *International cultural tourism charter*. Retrieved January 31, 2025, from

https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/INTERNATIONAL_CULTURAL_TOURISM_CHARTER.pdf

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed). Holt, Rinehart and Winston.

World Tourism Organization. (2017). *UNWTO tourism highlights: 2017 Edition*. UNWTO. Retrieved April 4, 2024, from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>