

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากร ของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

Creative Tourism for Distributing Income to Secondary Cities from the Resources of the Yonwithi Community, Ban Khok Muang, Prakhonchai District, Buriram Province

กานต์มณี การินทร์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการเงินและการลงทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Kanmanee Karin*

Assistant Professor Bachelor of Business Administration Program in Finance and Investment,
Buriram Rajabhat University

E-mail: ketmanee.kr@bru.ac.th; Ph: 098-653-2989

*Corresponding author

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 21 ธันวาคม 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 9 เมษายน 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 เมษายน 2568

ดร. กนกเกล้า แก้วกล้า

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Dr. Kanokkiao Klaoekla

Director, Bachelor of Arts Program in Tourism and Hospitality, Buriram Rajabhat University

E-mail: Kanokklaew.kw@bru.ac.th; Ph: 089-578-1415

สายฝน อุไร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Sayfon Urai

Assistant Professor Bachelor of Program in Accounting, Buriram Rajabhat University

E-mail: Sayfon.ua@bru.ac.th; Ph: 099-158-2456

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น และศึกษาศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถีบ้านโคกเมืองอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเป็นการวิจัยแบบผสม การเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในบ้านโคกเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ตรวจสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน และ 2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม แบบเจาะจง จำนวน 11 คน จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัย พบว่า 1) จุดแข็งของชุมชน คือ การมีทรัพยากรการท่องเที่ยว ทิวทัศน์วัฒนธรรมที่หลากหลาย 2) ศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว เทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ โดยตัวแปรต้นสามารถอธิบายความผันแปรของการบริหารจัดการได้ร้อยละ 35.00 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตัวแปรคนกลาง (การบริหารจัดการ) มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร้อยละ 51.00 และ 3) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการ PDCA โดยการให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและค้นหาผลลัพธ์ด้วยตนเองตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกระจายรายได้ เมืองรอง บ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

Abstract

The objectives of the study were to study and analyze the condition of tourism management based on local identity, and study the potential of communities that influence the management and success of creative tourism models, including developing creative tourism models to distribute income to secondary cities from the resource base of the Yonwithi community. This study is mixed research. The data collection was divided into two phases: 1) Quantitative data collection by using questionnaires as a research tool. The sample group was 400 tourists, who came to visit Ban Khok Mueang, Buriram Province by using a simple random sampling method. The data analysis statistics were descriptive statistics and structural equation model analysis. The hypothesis was verified by the Partial Least Square statistical data analysis method, and 2) Qualitative data collection by using the focus group discussion method, 11 stakeholders were selected by purposive sampling. The results revealed that: 1) The strengths of the community are its diverse tourism resources and cultural capital; 2) Community potential in terms of cultural capital, creativity, specialized skills, and technology have a direct influence on management. The independent variable can explain the variation of management by 35.00 percent and had an indirect influence on the creative tourism pattern, whereas the mediating variable (management) had a direct influence on creative tourism by 51.00 percent, and 3) The development of creative tourism models should be developed through the PDCA process, by allowing tourists to be involved in designing activities and finding results by themselves from the upstream, midstream, and downstream. The research results can be used as policy recommendations to drive tourism management based on local identity and develop community potential to support sustainable tourism.

Keywords: Creative Tourism, Distributing Income, Secondary Cities, Ban Khok Mueang, Buriram Province

บทนำ

จากรายงานการศึกษาของสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกจะมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจากช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งนับได้ว่าเป็นการเพิ่มขึ้นของรายได้ในแต่ละภูมิภาคของโลกที่เกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (World Travel & Tourism Council, 2024) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความสำคัญและผลักดันแนวคิดและการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสาขาที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ได้กำหนดให้เป็นนโยบายหนึ่งที่มีการบรรจุแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแผนการพัฒนาชาติและแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมการพัฒนาทั้งระบบตลอดห่วงโซ่มูลค่า ทั้งในภาพรวมและในแต่ละพื้นที่/ชุมชน โดยการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในฐานะเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการสร้างภาพพจน์ ตราสินค้า และคนในพื้นที่/ชุมชน ต้องได้รับการเสริมสร้างศักยภาพให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนากิจกรรมด้วย (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการพัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจากเดิมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับอย่างเดียว ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนในชุมชน แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ ผ่านความสนใจเฉพาะของแต่ละบุคคล เพื่อสัมผัสเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเหล่านั้น ทำให้การท่องเที่ยวในครั้งนั้นมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของการนำเสนอนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เน้นประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมอย่างหลากหลาย อีกทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังได้มีนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อเป็นการส่งเสริมและกระจายรายได้สู่เมืองรอง จึงได้มีการผลักดันให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรองด้วยแนวทางต่างๆ อาทิเช่น การลดหย่อนภาษีแก่นักท่องเที่ยว การยกเว้นภาษีกรณีจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดเมืองรอง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรองต่างๆ เป็นต้น โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีเป้าหมายหลัก คือ การพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยเพื่อนาคตภายใต้วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม และสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) พลิกโฉมประเทศไทยสู่การเป็น Hi-Value and Sustainable Thailand ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต (Suwansoon, 2025)

ชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นชุมชนเก่าแก่ดั้งเดิม ที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก่อน ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เป็นชุมชนที่มีชาติพันธุ์ไทย – เขมร เข้ามาอาศัยอยู่ก่อน จากนั้น มีชาวบ้านเข้ามาตั้งบ้านเรือนที่ได้อพยพมาจากตำบลตาจ่าง อำเภอละหานทราย (ปัจจุบัน) ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี ซึ่งบางส่วนเป็นชาติพันธุ์ไทย – ลาว ส่งผลให้เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางประเพณีและวัฒนธรรม เป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่อยู่ร่วมกัน 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 6 หมู่ 9 หมู่ 15 และหมู่ 18 เป็นหนึ่งในหมู่บ้านท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็นชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ขับเคลื่อนด้วยพลังบวรต้นแบบของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาทรัพยากรในท้องถิ่นให้เป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ ผ้าไหมลายผักกูด เสื้อกยกกลาย ข้าวภูเขาไฟ เขาปลายบัด ผ้าย้อมโคลนบารายพันปี เป็นต้น อีกทั้งยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้าน OVC (OTOP Village) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP) และโฮมสเตย์ นอกจากนี้แล้วบ้านโคกเมืองยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมผ่านงานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ของชุมชน (Srilachai & Buasorn, 2018) อย่างไรก็ตามจากการลงสำรวจพื้นที่เป้าหมายและศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ พบว่า บ้านโคกเมือง เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร และที่พัก แต่รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวนั้นยังมีรูปแบบดั้งเดิม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนในชุมชนยังน้อยอยู่ โดยจะเน้นที่การเป็นเพียงผู้รับ เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือวัฒนธรรมผ่านทางสายตา หรือซื้อสินค้าและของที่ระลึกเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ โดยการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้และเน้นไปที่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนในชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้เป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นๆ (Richards & Raymond, 2000) โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและเล็งเห็นถึงคุณค่าของประเพณี วัฒนธรรมและกิจกรรมนั้นๆ สมัย (Agila & Jayachithra, 2023) ตลอดทั้งการมีส่วนร่วม

ในการประยุกต์ให้มีความสอดคล้องกับยุคและความต้องการของนักท่องเที่ยว (Saurabh et al., 2022) ภายใต้แนวคิดการผสมผสาน
 ทักษะวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยใช้กิจกรรมสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการแบบมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว
 และชุมชนสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยคุณค่า ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของชุมชนแห่งนี้ในช่วงที่ผ่านมา
 จะเน้นไปที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนเท่านั้น
 (Srilachai & Buasorn, 2018; Wongkird et al., 2021)

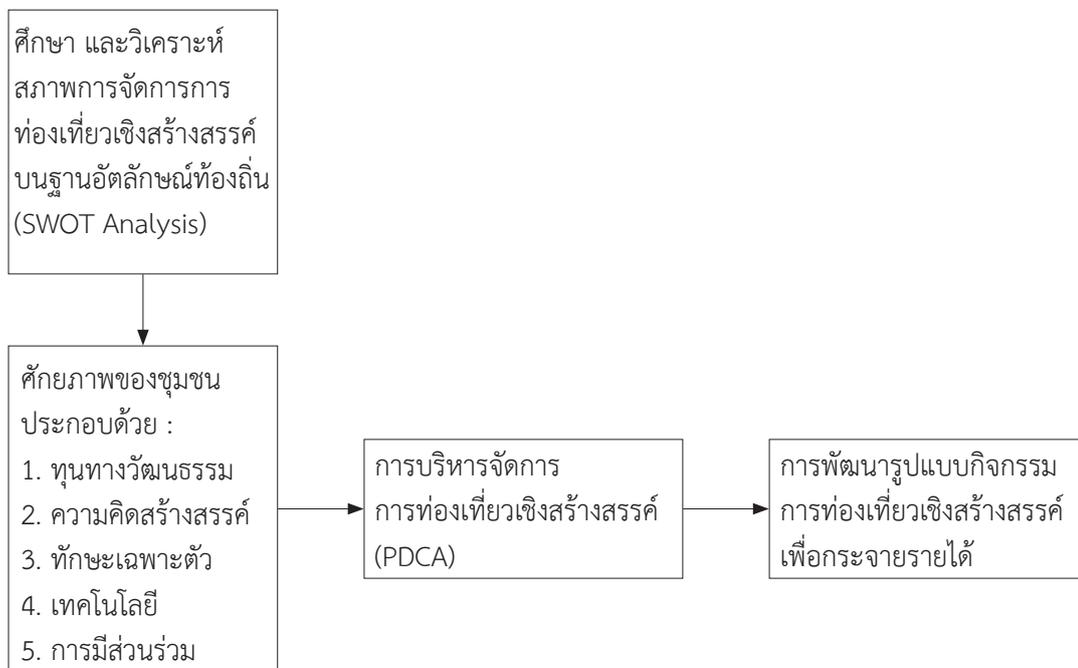
จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยในฐานะนักวิชาการในมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอุดมศึกษา
 เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในพื้นที่ จึงตระหนักและเห็นความสำคัญในประเด็นดังกล่าว และเล็งเห็นถึงความสำคัญในการที่จะศึกษา
 ถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย
 จังหวัดบุรีรัมย์ ภายใต้แนวคิดการผสมผสานทักษะวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยใช้กิจกรรมสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้บูรณาการ
 แบบมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชนสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยคุณค่า โดยใช้กระบวนการ Community Based
 Design Creative Process

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น (SWOT Analysis)
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของรูปแบบการท่องเที่ยว
 เชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถีบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชน
 ยลวิถีบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น
 (SWOT Analysis) อีกทั้งกำหนดให้ศักยภาพของชุมชนเป็นตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ และมีอิทธิพลทางอ้อม
 ต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง
 อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจากวัตถุประสงค์ข้างต้น สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้ สู่มืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชนลวดี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่สร้างขึ้นจากอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกิจกรรมต่างๆ เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม (Catts & Lau, 2008) อีกทั้งยังเป็นการได้ทดลองทำหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม รวมถึงการพูดคุยและเรียนรู้กับวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการมอบโอกาสให้นักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตนด้วยประสบการณ์จริงตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมาย โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสำคัญ (Raymond, 2007)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว 2) การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (World Tourism Organization, 2018) อีกทั้ง Richards (2010) ยังเสนอองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ ได้แก่ 1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว 2) รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก 3) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ 4) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน 5) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรม และ 6) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่าง โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

กระจายรายได้สู่มืองรอง

กระจายรายได้สู่มืองรอง เป็นนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยรัฐบาลได้ผลักดันให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรองด้วยแนวทางต่างๆ เช่น การลดหย่อนภาษีแก่นักท่องเที่ยว การยกเว้นภาษีกรณีจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดเมืองรอง และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรองต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเมืองรอง หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักหรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นจึงแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก เกณฑ์การพิจารณาความเป็นเมืองรอง คือ เมืองดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี หรือตามที่ภาครัฐบาลกำหนด (Committee of National Tourism Policy, 2023)

ศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ศักยภาพของชุมชน คือ ความสามารถหรือความพร้อมของชุมชนที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุงและการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่มืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนลวดี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) 2) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 3) ทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills) 4) เทคโนโลยี (Technology) และ 5) การมีส่วนร่วม (Participation) โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง มรดกภูมิ ทรัพย์สินทางปัญญา ปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ อีกทั้งเป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัว (Embodies) สะสม (Stores) และให้ (Provides) คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น แบ่งตามรูปธรรมและนามธรรมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) นอกจากนี้แล้ว Warunsub et al. (2018) ยังได้กล่าวว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย คือ ร่างรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM-model) ประกอบด้วย แนวทางการจัดการ 5 ประการ ได้แก่ 1) การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ 3) การจัดการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาผ่านกระบวนการผสมผสานการจัดการทั้ง 5 รูปแบบเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ

2. ความคิดสร้างสรรค์ คือ กระบวนการของสมองมนุษย์ และความสามารถทางสมองของมนุษย์ที่คิดแบบแปลกใหม่ คิดได้กว้างไกลหลายแง่มุม หลายทิศทาง ซึ่งจะนำไปสู่การคิดสร้างสรรค์ คิดทางแก้ปัญหาแบบใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลและสังคมโดยรวม อย่างไรก็ตาม Pinprachanan et al. (2022) ยังได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน การเพิ่มกิจกรรมที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าทางรายได้จากการท่องเที่ยวอีกด้วย

3. ทักษะ คือ ความเชี่ยวชาญในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝน หรือการกระทำบ่อยๆ จนสามารถปฏิบัติได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ เป็นผลจากการพัฒนาความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills) คือ ความสามารถของบุคคลเฉพาะทางในด้านหนึ่งๆ หรือในตำแหน่งอาชีพหรืองานหนึ่งๆ ที่บุคลากรต้องมีเพื่อที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและลุล่วงวัตถุประสงค์ อีกทั้ง Jansuri et al. (2020) ยังได้กล่าวว่า ทักษะเฉพาะตัวของคนเกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรม โดยมีทุนความคิดสร้างสรรค์เป็นรากฐานที่สำคัญ ส่งผลต่อการผลิตงานศิลปกรรม โดยอาศัยทักษะเฉพาะตัวของตัวบุคคล มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์

4. เทคโนโลยี คือ วิทยาการที่มนุษย์นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ผสมผสานกันเพื่อสนองเป้าหมายเฉพาะตามความต้องการของมนุษย์ ช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่างๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ หรือ แม้กระทั่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งของที่จับต้องได้ ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติแก่มวลมนุษย์ อีกทั้ง Thanam and Jansuri (2020) ยังได้กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารและทำการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยการนำเสนอข้อมูลในฐานระบบข้อมูลออนไลน์ที่ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลต่างๆ

5. การมีส่วนร่วม คือ การเปิดโอกาสให้บุคลากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาชน ตลอดจนทั้งผู้มีส่วนได้เสียได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจการสนับสนุนการปฏิบัติงาน หรือการแก้ปัญหาร่วมกัน ด้วยความเต็มใจ และพร้อมรับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้ง Aungsutheerakul et al. (2023) ยังได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดเศรษฐกิจชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ และสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยหลักการบริหารแบบวงจรมะเดมมิง (Deming Cycle)

Deming Cycle เป็นกระบวนการบริหารที่ได้เผยแพร่อย่างกว้างขวางในปี ค.ศ.1950 โดย Edwards W. Deming ดังนั้นนักบริหารส่วนใหญ่จึงได้เรียกวงจรนี้ว่า “วงจรมะเดมมิง” โดยกระบวนการบริหารแบบ Deming เรียกสั้นๆ ว่า PDCA ประกอบด้วย Plan (วางแผน) Do (ปฏิบัติ) Check (ตรวจสอบ) และ Act (การปรับปรุงแก้ไข) (Edwards, 1990) เป็นวงจรมะเดมมิงที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย นับตั้งแต่การบริหารกิจการต่างๆ การดำเนินชีวิตของบุคคลให้ประสบความสำเร็จ การทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการบริหารงานในองค์กรของรัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ โดยโครงสร้างการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลตามวงจรมะเดมมิง PDCA ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้ (Kuakul & Wae-useng, 2018)

1. ขั้นตอนการวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานวิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย การวางแผนจะต้องทำความเข้าใจกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป้าหมายที่กำหนดต้องเป็นไปตามนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร

2. ขั้นตอนการปฏิบัติ (Doing) เป็นการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่จะลงมือปฏิบัติให้ถ่องแท้ก่อน

3. ขั้นตอนการตรวจสอบ (Checking) เป็นขั้นตอนการประเมินผลว่ามีการปฏิบัติงานตามแผนหรือไม่ มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการทำงานหรือไม่ ขั้นตอนนี้มีความสำคัญ เนื่องจากในการดำเนินงานใดๆ มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนอยู่เสมอ

4. ขั้นตอนการปรับปรุง (Action) เป็นขั้นตอนของการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากได้ทำการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วนเฉพาะหน้าหรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำรอยเดิม การปรับปรุงอาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของวิธีการทำงานที่ต่างจากเดิมเมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม Ontam (2019) ยังได้กล่าวว่า การบริหารงานในองค์กร ส่วนใหญ่มีการทำตามหลักการปฏิบัติงานแบบ PDCA เสมอ โดยมีการดำเนินกิจกรรมบางกิจกรรมที่ครบวงจร ในขณะที่บางกิจกรรมอาจจะไม่ครบวงจรตามลักษณะงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานในแต่ละองค์กรจะมีวงจร PDCA อยู่หลายๆ วง

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ศักยภาพของชุมชนทั้งทางด้าน ทักษะทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว เทคโนโลยี และด้านการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระจายรายได้ คณะผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1: ศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 2 : ศักยภาพของชุมชนด้านความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 3 : ศักยภาพของชุมชนด้านทักษะเฉพาะตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 4: ศักยภาพของชุมชนด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 5: ศักยภาพของชุมชนด้านการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 6: ศักยภาพของชุมชนด้านการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ 1) สมาชิกในกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 105 คน จาก 5 ฐานกิจกรรม ประกอบไปด้วย 1.1) ฐานผ้าฝ้ายหมักโคลนบาราย 1.2) ฐานทอผ้าไหม 1.3) ฐานกลุ่มโฮมสเตย์ 1.4) ฐานปราสาทเมืองต่ำ และ 1.5) ฐานตลาดชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 11 คน ประกอบไปด้วย 1) ประธานกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยวบ้านโคกเมือง จำนวน 1 คน 2) หัวหน้ากลุ่มผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมจากฐานกิจกรรม 5 ฐาน บ้านโคกเมือง จำนวน 5 คน 3) ผู้นำชุมชนบ้านโคกเมือง จำนวน 1 คน 4) องค์การบริหารส่วนตำบลจรเข้มาก (บ้านโคกเมือง) อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 คน และ 5) นักวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (การท่องเที่ยวและการโรงแรม การเงิน และบัญชี) จำนวน 3 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าที่เข้ามาท่องเที่ยวที่บ้าน โคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (ปราสาทเมืองต่ำ) จำนวน 170,423 คน (Buriram Provincial Statistical Office, 2023) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีวัด ในการศึกษาวิจัยมีแบบสอบถาม 20 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 200 ตัวอย่าง และงานวิจัยในอดีตได้แนะนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM คือ กลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนระหว่าง 100-200 ตัวอย่าง (Sarstedt et al., 2014) และเพื่อมิให้จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่างๆ (Henseler et al., 2016) จึงใช้ 400 ตัวอย่างมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้

การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นทั้งเชิงคุณภาพ คือ การสนทนากลุ่ม และเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยสามารถอธิบาย ได้ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม โดยคณะผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตั้งประเด็นคำถามและหัวข้ออภิปรายกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์ในการวิจัย

2. การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการวิจัยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นทั้งข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) และข้อคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 สอบถามถึงศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ตัวแปรอิสระ มีจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ทูทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทูทางวัฒนธรรม จำนวน 3 ข้อ 2) ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ข้อ 3) ทักษะเฉพาะตัว ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะเฉพาะตัว จำนวน 3 ข้อ 4) เทคโนโลยี ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยี จำนวน 3 ข้อ และ 5) การมีส่วนร่วม ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม จำนวน 3 ข้อ ตัวแปรคั่นกลาง มีจำนวน 1 ตัวแปร คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (PDCA) จำนวน 3 ข้อ และตัวแปรตาม มีจำนวน 1 ตัวแปร คือ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระจายรายได้ จำนวน 2 ข้อ มีลักษณะเป็น Rating Scale มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ

คุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบประเมินความสอดคล้อง พิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 พร้อมทั้งทดสอบหาความเชื่อมั่นของข้อคำถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยที่จะต้องมีความมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 จึงจะสามารถนำเครื่องมือนี้ไปใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูล (Hair et al., 2014) ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.74-0.85 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถาม คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามและรอเก็บแบบสอบถามกลับคืนจากผู้ตอบภายในวันนั้น ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่ม จำนวน 1 ครั้ง ใช้เวลาสนทนาประมาณ 2 ชั่วโมง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้นได้เชิญผู้เชี่ยวชาญในการทำการสนทนากลุ่ม เป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้วิจัย หลังการสนทนากลุ่มคณะผู้วิจัยได้ถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำออกเป็นบทสนทนาที่เป็นตัวอักษร จัดข้อความที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน 2567 ถึง 21 ธันวาคม 2567

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. ข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพ นำเสนอโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)
2. ข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณ 1) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน คือ แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยวิธี PLS-SEM เป็นวิธีการที่ใช้ความแปรปรวนร่วมเป็นพื้นฐาน มีจุดมุ่งหมาย เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ในโมเดลให้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงภายในโมเดลให้ได้มากที่สุด โดยประมาณค่าด้วยวิธีการถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) PLS-SEM ไม่ได้มุ่งเน้นทดสอบทฤษฎี แต่มุ่งเน้นการทดสอบนัยสำคัญรายเส้นทาง ซึ่งจะมีข้อดกลงเบื้องต้นที่น้อยกว่าการวิเคราะห์ด้วยวิธีอื่น เช่น ข้อมูลไม่จำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบปกติ เนื่องจากวิธีนี้มีความแข็งแกร่งต่อการเบนไปจากการแจกแจงแบบปกติ (Hair et al., 2014) และไม่จำเป็นต้องมีการประเมินความกลมกลืนของโมเดล เนื่องจากการวิเคราะห์ด้วยวิธีนี้จะกลมกลืนเสมอ เป็นต้น

ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 76.25) มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 24.25) มีอาชีพเป็นเกษตรกร (ร้อยละ 76.25) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 64.00) มีจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 52.00) โดยชื่นชอบเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 24.13)

2. จากการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการศึกษา และวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐาน อัตลักษณ์ท้องถิ่น (SWOT Analysis) พบว่า 1) จุดแข็ง S (Strengths) คือ ชุมชนมีทรัพยากรการท่องเที่ยว (ทุนทางวัฒนธรรม) ที่หลากหลาย มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และตั้งอยู่ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้าน OVC (OTOP Village) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP) และ โฮมสเตย์ ผู้นำมีวิสัยทัศน์เป็นที่เคารพและศรัทธาของคนในชุมชน มีแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีประเพณีและวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ได้อย่างโดดเด่น สมาชิกในกลุ่มมีความเข้มแข็ง มีการแบ่งปันและจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม ตลอดทั้งชุมชนพร้อมให้ความร่วมมือและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) โอกาส O (Opportunities) คือ ปัจจุบันกระแสของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนทำให้เกิดเครือข่ายระหว่างชุมชน และชุมชนเป็นที่รู้จักจากการได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก อีกทั้งกระแสความตื่นตัวในการรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตลอดทั้งการมีแหล่งท่องเที่ยวจากพื้นที่ใกล้เคียงสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนได้ และสังคมยุคใหม่ (สื่อออนไลน์) ยังเป็นโอกาสและช่องทางที่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว 3) จุดอ่อน W (Weaknesses) คือ แนวทางในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มีการเตรียมความพร้อมรับมือกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก สมาชิกในชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วม และการขาดเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะมารับช่วงงานต่อในการบริหารจัดการ อีกทั้งความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางจุดยังไม่มากพอที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้ 4) อุปสรรค (Threats) คือ ฤดูกาลต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว (สภาพอากาศ) และปัญหาโรคระบาดและความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

3. จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อค้นหาศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงได้ดัง ตาราง 1-7

ตารางที่ 1: ระดับศักยภาพของชุมชน

ศักยภาพของชุมชน	\bar{X}	S.D.	ระดับทักษะ
1. ทูทางวัฒนธรรม	4.78	0.60	มากที่สุด
2. เทคโนโลยี	4.42	0.68	มาก
3. ความคิดสร้างสรรค์	3.93	0.73	มาก
4. ทักษะเฉพาะตัว	3.55	0.68	มาก
5. การบริหารจัดการ	3.27	0.60	ปานกลาง
6. การพัฒนารูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	3.00	0.48	ปานกลาง
7. การมีส่วนร่วม	2.48	0.55	น้อย
รวม	3.63	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) สามารถอธิบายทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทูทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) เนื่องจากมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับปราสาทเมืองต่ำและเขาพนมรุ้ง มีสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ บ้านโคกเมือง ตั้งอยู่ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ 2) ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) เนื่องจากมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในพื้นที่ และการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว 3) ด้านความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เนื่องจากมีการนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ถ่ายทอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส การตกแต่งร้านค้าต่างๆ ให้เข้ากับบรรยากาศ 4) ด้านทักษะเฉพาะตัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เนื่องจากมีการผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น และความเชี่ยวชาญและชำนาญในการเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 5) การบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) เนื่องจากการสร้างและปรับเปลี่ยนกิจกรรมสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่แสดงถึงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อย่างต่อเนื่องยังมีไม่มากนัก 6) การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$) เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมในการออกแบบและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ น้อย และ 7) ด้านการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.48$) เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อค้นหาศักยภาพของนักท่องเที่ยวเองยังมีน้อย

ตารางที่ 2: ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	Tolerance	VIF
1. ทูทางวัฒนธรรม (CU)	0.55	1.82
2. ความคิดสร้างสรรค์ (CA)	0.53	1.86
3. ทักษะเฉพาะตัว (SP)	0.71	1.39
4. เทคโนโลยี (TE)	0.39	2.52
5. การมีส่วนร่วม (PA)	0.73	1.37
6. การบริหารจัดการ (MA)	0.60	1.64

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าความทนทาน (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF (Variance Inflation Factors) มีค่าไม่เกิน 10 ค่า ซึ่งค่าทั้ง 2 อยู่ในเกณฑ์ที่ถือว่าตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันน้อยจึงถือว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้ ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Hair et al., 2014)

ตารางที่ 3: ผลการทดสอบความเที่ยงและน้ำหนักองค์ประกอบของเครื่องมือวัดทางสถิติ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรบ่งชี้	Outer Loadings	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE
ทุนทางวัฒนธรรม (CU)	CU1	0.93	0.94	0.91	0.84
	CU2	0.90			
	CU3	0.92			
ความคิดสร้างสรรค์ (CA)	CA1	0.83	0.83	0.71	0.63
	CA2	0.73			
	CA3	0.80			
ทักษะเฉพาะตัว (SP)	SP1	0.85	0.85	0.74	0.66
	SP2	0.81			
	SP3	0.77			
เทคโนโลยี (TE)	TE1	0.89	0.87	0.78	0.70
	TE2	0.89			
	TE3	0.71			
การมีส่วนร่วม (PA)	PA1	0.85	0.89	0.82	0.73
	PA2	0.87			
	PA3	0.84			
การบริหารจัดการ (MA)	MA1	0.92	0.91	0.86	0.79
	MA2	0.92			
	MA3	0.80			
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT)	CT1	0.90	0.90	0.78	0.82
	CT2	0.90			

จากตารางที่ 3 พบว่า การทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer loadings) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loadings) ของตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variables) ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 หากต่ำกว่านี้ควรพิจารณาตัดตัวแปรนั้นๆ และจากตาราง 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก พบว่า ตัวแปรบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings) มากกว่า 0.7 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรบ่งชี้ทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษานั้นมีความน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2014)

ตารางที่ 4: ผลการทดสอบตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัด (Discriminant Validity through the Square Root of AVE) ด้วย Fornell-Larcker Criterion

ตัวแปรแฝง	CA	CT	CU	MA	PA	SP	TE
1. CA	0.79						
2. CT	-0.32	0.90					
3. CU	0.44	-0.26	0.92				
4. MA	-0.01	0.72	0.01	0.88			
5. PA	0.37	-0.13	0.47	0.04	0.85		
6. SP	0.44	-0.24	0.34	0.20	0.31	0.81	
7. TE	0.52	0.23	0.52	0.46	0.31	0.33	0.84

จากตารางที่ 4 ตามเกณฑ์ของ Fornell-Larcker (Fornell-Larcker Criterion) การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker (Fornell-Larcker Criterion) โดยใช้การเปรียบเทียบค่ารากที่สองของความแปรปรวนสกัดได้เฉลี่ย (AVE) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝงอื่นๆ โดย AVE จะต้องมียค่าตั้งแต่ 0.7 และตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรควรมีค่าสูงกว่าค่า AVE ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝงอื่นๆ ยกกำลังสอง จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าความแปรปรวนสกัดได้เฉลี่ยของตัวแปรแฝงเดียวกัน มีค่าสูงกว่าความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอื่นๆ

ตารางที่ 5: ผลการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัดด้วยค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loadings)

ตัวแปรแฝง	CA	CT	CU	MA	PA	SP	TE
CA1	0.839	-0.357	0.198	-0.135	0.338	0.291	0.375
CA2	0.738	0.005	0.262	0.275	0.049	0.239	0.445
CA3	0.808	-0.389	0.604	-0.155	0.488	0.522	0.431
CT1	-0.298	0.906	-0.177	0.711	-0.114	-0.061	0.300
CT2	-0.282	0.906	-0.299	0.596	-0.137	-0.380	0.128
CU1	0.410	-0.217	0.933	-0.019	0.484	0.278	0.427
CU2	0.463	-0.351	0.909	-0.009	0.529	0.434	0.497
CU3	0.358	-0.159	0.921	0.075	0.298	0.254	0.538
MA1	-0.017	0.692	0.037	0.929	0.056	0.204	0.464
MA2	-0.045	0.543	0.066	0.923	0.146	0.274	0.420
MA3	0.015	0.700	-0.068	0.809	-0.108	0.048	0.354
PA1	0.446	-0.126	0.644	0.192	0.853	0.348	0.494
PA2	0.321	0.094	0.305	0.120	0.874	0.253	0.256
PA3	0.198	-0.333	0.273	-0.209	0.845	0.219	0.063

ตารางที่ 5: ผลการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัดด้วยค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loadings) (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	CA	CT	CU	MA	PA	SP	TE
SP1	0.501	-0.287	0.478	0.058	0.506	0.859	0.315
SP2	0.417	-0.335	0.103	-0.020	0.090	0.817	0.188
SP3	0.148	0.043	0.263	0.483	0.166	0.770	0.312
TE1	0.488	0.283	0.338	0.459	0.247	0.236	0.897
TE2	0.462	0.210	0.293	0.395	0.192	0.182	0.897
TE3	0.354	0.083	0.777	0.314	0.389	0.461	0.716

จากตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loadings) การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross loadings) เป็นการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบ (Outer Loadings) ของตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงนั้นๆ เทียบกับตัวแปรแฝงอื่นๆ ในโมเดล เมื่อทดสอบความตรงเชิงจำแนกด้วยค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loadings) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตในตัวแปรแฝงมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 และเมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงนั้นๆ กับตัวแปรแฝงอื่นๆ ในโมเดล พบว่า มีค่าความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำกว่า ดังแสดงในตาราง 5 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดมีความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loadings)

ตารางที่ 6: ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
CU ---> MA	-0.291*	-	-0.291*
CU ---> MA ---> CT	-	-0.210*	-0.210*
CA ---> MA	-0.379**	-	-0.379**
CA ---> MA ---> CT	-	-0.273**	-0.273**
SP ---> MA	0.221*	-	0.221*
SP ---> MA ---> CT	-	0.160*	0.160*
TE ---> MA	0.739***	-	0.739***
TE ---> MA ---> CT	-	0.533***	0.533***
PA ---> MA	0.017 ^{ns}	-	0.017 ^{ns}
PA ---> MA ---> CT	-	0.013 ^{ns}	0.013 ^{ns}
MA ---> CT	0.722***	-	0.722***

หมายเหตุ *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05, ns=ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 6 พบว่า 1) ตัวแปรแฝงทุนทางวัฒนธรรม (CU) มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ (MA) เท่ากับ -0.291 ($\beta=-0.291$) ซึ่งหมายความว่า หากทุนทางวัฒนธรรม (CU) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการบริหารจัดการ (MA) ลดลงเท่ากับ -0.291 และส่งผลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เท่ากับ -0.210 ($\beta=-0.210$) ซึ่งหมายความว่า หากทุนทางวัฒนธรรม (CU) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) ลดลงเท่ากับ -0.21 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง

2) ตัวแปรแฝงความคิดสร้างสรรค์ (CA) มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ (MA) เท่ากับ -0.379 ($\beta=-0.379$) ซึ่งหมายความว่า หากความคิดสร้างสรรค์ (CA) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการบริหารจัดการ (MA) ลดลงเท่ากับ -0.379 และส่งผลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เท่ากับ -0.273 ($\beta=-0.273$) ซึ่งหมายความว่า หากความคิดสร้างสรรค์ (CA) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) ลดลงเท่ากับ -0.273 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง

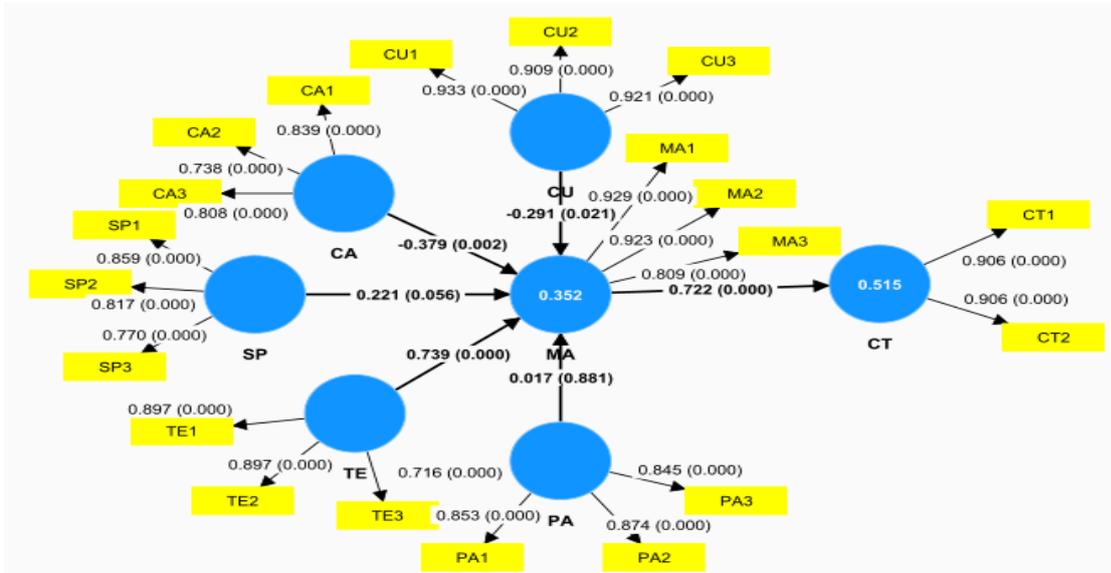
3) ตัวแปรแฝงทักษะเฉพาะตัว (SP) มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ (MA) เท่ากับ 0.221 ($\beta=0.221$) ซึ่งหมายความว่า หากทักษะเฉพาะตัว (SP) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการบริหารจัดการ (MA) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.221 และส่งผลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เท่ากับ 0.160 ($\beta=0.160$) ซึ่งหมายความว่า หากทักษะเฉพาะตัว (SP) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.160 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านทักษะเฉพาะตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง

4) ตัวแปรแฝงเทคโนโลยี (TE) มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ (MA) เท่ากับ 0.739 ($\beta=0.739$) ซึ่งหมายความว่า หากเทคโนโลยี (TE) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการบริหารจัดการ (MA) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.739 และส่งผลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เท่ากับ 0.533 ($\beta=0.533$) ซึ่งหมายความว่า หากเทคโนโลยี (TE) เพิ่มขึ้นในทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.533 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง

5) ตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วม (PA) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ (MA) และไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านการมีส่วนร่วมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง

6) ตัวแปรแฝงการบริหารจัดการ (MA) มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เท่ากับ 0.722 ($\beta=0.722$) ซึ่งหมายความว่า หากการบริหารจัดการ (MA) เพิ่มขึ้นใน ทิศทางบวก 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.722 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 คือ ศักยภาพของชุมชนด้านการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชนลวี่ บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient Determinant) โดยได้ทำการวิเคราะห์ ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรต้น สามารถอธิบายได้จากสัดส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงภายในที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรต้น ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R^2 หรือ R-Square โดยที่ R^2 ควรีค่าไม่น้อยกว่า 0.25 จึงจะถือว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ จากการวิจัยนี้สามารถการคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย

จากภาพที่ 2 พบว่า ตัวแปรแฝงทุนทางวัฒนธรรม (CU) ความคิดสร้างสรรค์ (CA) ทักษะเฉพาะตัว (SP) เทคโนโลยี (TE) การมีส่วนร่วม (PA) การบริหารจัดการ (MA) มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายสูงกว่า 0.25 แสดงว่า ตัวแปรต้นสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรแฝงดังกล่าวได้

ตารางที่ 7: สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant-R Square)

ตัวแปร	R Square	R Square Adjusted	คิดเป็นร้อยละในการทำนาย
การบริหารจัดการ (MA)	0.39	0.35	35.00
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT)	0.52	0.51	51.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรม (CU) ความคิดสร้างสรรค์ (CA) ทักษะเฉพาะตัว (SP) เทคโนโลยี (TE) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ (MA) มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R^2 คือ 0.39 และมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายในหลังปรับปรุง R^2 Adjusted คือ 0.35 ที่ระดับนัยสำคัญ $P=0.05$ หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของการบริหารจัดการได้ถึงร้อยละ 35.00 อีกทั้งปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (MA) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R^2 คือ 0.52 และมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายในหลังปรับปรุง R^2 Adjusted คือ 0.51 ที่ระดับนัยสำคัญ $P=0.05$ หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถีบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ได้ถึงร้อยละ 51.00

อย่างไรก็ตามจากการสนทนากลุ่มยังได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันกับการทดสอบสมมติฐานข้างต้นเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว และเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยพิจารณาเกี่ยวกับการที่ชุมชนมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และตั้งอยู่ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ มีการจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น การนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ถ่ายทอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ รวมทั้งการแต่งกาย ภาษาพูด การจัดกิจกรรมที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตลอดจนมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังพบว่าการมีส่วนร่วมไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากในปัจจุบันนี้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนนั้นเป็นเพียงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้นอีกทั้งรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างรูปแบบการดำเนินกิจกรรมในแต่ละฐานกิจกรรมไว้เรียบร้อยแล้ว ยังไม่ได้สร้างรูปแบบกิจกรรมที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์หรือลวดลายผ้าหมักโคลนบารายที่แปลกใหม่ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการดำเนินกิจกรรมในฐานกิจกรรม

4. จากการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สามารถกระทำได้โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรม และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ร่วมกัน เป็นการให้นักท่องเที่ยวได้เป็นผู้ออกแบบกิจกรรมเอง และร่วมพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่านกิจกรรมใหม่ๆ จากประสบการณ์จริงและค้นหาผลลัพธ์ของกิจกรรมผ่านประสบการณ์จริงด้วยตนเอง ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยการให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบในการนำผ้ามาหมักโคลนบารายพันปี ซึ่งเป็นการเริ่มคัดเลือกจาก 1) ต้นน้ำ คือ ความต้องการลักษณะของสี สัน ลวดลายผ้า และการคัดเลือกวัตถุดิบธรรมชาติที่ให้สีแตกต่างกัน 2) กลางน้ำ คือ การเลือกใช้สารประกอบวัตถุที่ช่วยให้สีมีความติดทนนาน ตลอดทั้งขั้นตอนการล้างสีด้วยสารประกอบวัตถุ (เกลือ สารส้ม และอื่นๆ วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น) เป็นต้น และ 3) ปลายน้ำ คือ การนำผ้าฝ้ายหมักโคลนบารายมาทอเป็นลวดลาย รูปแบบเฉพาะที่ต้องการ โดยได้ทำการทดลองกิจกรรมภายใต้กระบวนการ PDCA ทำให้กลุ่มชุมชนดังกล่าวมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบดั้งเดิม

อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

1. จากการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น (SWOT Analysis) พบว่าชุมชนมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และตั้งอยู่ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ (S) อีกทั้งกระแสนักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนเพิ่มมากขึ้น (O) แต่ยังมีแนวทางในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ไม่ชัดเจน สมาชิกในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วม (W) ตลอดทั้งยังประสบกับปัญหาโรคระบาด ฤดูกาล (สภาพอากาศ) และความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (T) สอดคล้องกับ Jansuri et al. (2020) ที่กล่าวว่า เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชน การตั้งอยู่บนพื้นที่จริงที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนนั้นถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของชุมชน ตลอดทั้งการนำโอกาสจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนได้ และยังสามารถนำจุดอ่อนและอุปสรรคในบริบทของชุมชนมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนา เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และยังคงสอดคล้องกับ Supun (2023) ที่กล่าวว่า การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิต คัดเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว ออกแบบกิจกรรม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในและภายนอกและการประเมินคุณค่าด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม จะทำให้เกิดชุมชนแบบท่องเที่ยวบนฐานวัฒนธรรมได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Prasunin (2017) ที่กล่าวว่า สามารถนำการวิเคราะห์ SWOT มาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาได้ โดยนำจุดแข็งของชุมชนมาพัฒนาร่วมกับการรับมือจากปัจจัยภายนอกชุมชนได้ และแผนยุทธศาสตร์ชุมชนซึ่งเป็นหนึ่งในโลกขับเคลื่อนที่สำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งเพื่อนำไปสู่การแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมต่อไป

2. การศึกษาศักยภาพของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนลวิถีบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยศักยภาพของชุมชนด้านทุนทางวัฒนธรรม (CU) ความคิดสร้างสรรค์ (CA) ทักษะเฉพาะตัว (SP) เทคโนโลยี (TE) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ (MA) และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (MA) ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CT) อีกทั้งยังพบว่า การมีส่วนร่วมไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากในปัจจุบันนี้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนนั้นเป็นเพียงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างรูปแบบการดำเนินกิจกรรมในแต่ละฐานกิจกรรมไว้เรียบร้อยแล้ว ยังไม่ได้สร้างรูปแบบกิจกรรมที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์หรือสวดลายผ้าหมักโคลนบารายที่แปลกใหม่ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการดำเนินกิจกรรมในฐานกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Jansuri et al. (2020) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว และเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้ง Richards and Raymond (2000) และ Khopolklang and Kaewsanga (2021) ยังได้กล่าวว่า สามารถนำเอกลักษณ์เฉพาะตัว ศิลปะ วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมและพัฒนาการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยการอนุรักษ์ประเพณี กำหนดให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรักและความหวงแหนในทรัพยากรท้องถิ่นของตน และ Aungstheerakul et al. (2023) และ Wattanadittachan and Thammaapipon (2023) ยังได้กล่าวว่า ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ควรมีการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน การท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับธรรมชาติของพื้นที่วัฒนธรรม การบริการ ให้เข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งระบบการบริหารจัดการมีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหาร ขับเคลื่อน และพัฒนาการดำเนินการตลอดทั้ง Khopolklang and Kaewsanga (2021) และ Thuvanuti and Paopandee (2022) ยังได้กล่าวว่า กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมาตรฐาน โดยจะส่งผลทำให้ใช้เป็นชุมชนต้นแบบให้กับชุมชนอื่นในการพัฒนาคุณภาพ เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ โดยการบริหารจัดการชุมชนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีผู้นำเป็นผู้ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชนในการบริหารจัดการชุมชนให้มีศักยภาพ และได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรอง จากฐานทรัพยากรของชุมชนลวิถีบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สามารถกระทำได้โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ร่วมกัน เป็นการให้นักท่องเที่ยวได้เป็นผู้ออกแบบกิจกรรมเอง และร่วมพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่านกิจกรรมใหม่ๆ จากประสบการณ์จริงและค้นหาผลลัพธ์ของกิจกรรมผ่านประสบการณ์จริงด้วยตนเอง ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยทำการทดลองกิจกรรมภายใต้กระบวนการ PDCA ทำให้กลุ่มชุมชนดังกล่าวมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับ Tanongkit et al. (2018) ที่กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวพูดคุยแลกเปลี่ยนและลงมือทำด้วยตนเอง บทบาทของผู้จัดการท่องเที่ยวเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวและดำเนินกิจกรรม และผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเอื้อต่อเจ้าของพื้นที่และผู้มาเยือน และสอดคล้องกับ Dechtongkam (2021) และ Agila and Jayachithra (2023) Jaiuea et al. (2023) ที่กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการความท้าทายและประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเดินทาง ตลอดจนความต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการศึกษาเรียนรู้ในคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างจริงจัง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Jansuri et al. (2020) และ Saurabh et al. (2022) ที่กล่าวว่า ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสินค้าที่เป็นจุดเด่น เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชน การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถนำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไปได้

ผลสำคัญจากการวิจัย

ผลสำคัญจากการวิจัย พบว่า การมีส่วนร่วม (Participation) ไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการและความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระจายรายได้สู่เมืองรองจากฐานทรัพยากรของชุมชนยลวิถี บ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากในปัจจุบันนี้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนเป็นเพียงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งรูปแบบการดำเนินกิจกรรมได้กำหนดหรือวางรูปแบบไว้แล้วในแต่ละฐานกิจกรรม นักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมน้อยในแต่ละกิจกรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน และสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับคนในชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนภายใต้กระบวนการ PDCA อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนส่งเสริมการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

เชิงนโยบาย

- งานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบาย เพื่อก่อให้เกิดแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ดังนี้
1. นโยบายการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน
 2. นโยบายการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการคิดและออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนภายใต้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน
 3. นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของชุมชนทั้งทางด้านทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว เทคโนโลยี การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถของชุมชนสู่การแข่งขันในยุคดิจิทัลที่ลึกลับซับซ้อนได้ (Digital Disruption Era)
 4. นโยบายการสร้างและถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น ตลอดจนการถ่ายทอดแนวทางการปฏิบัติที่ดีสู่ชุมชนอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา ณ ชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 6 หมู่ 9 หมู่ 15 และหมู่ 18 จากฐานการท่องเที่ยวเดิมเท่านั้น ดังนั้นสำหรับการวิจัยในอนาคต คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้สร้างฐานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานใหม่ขึ้น เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ และดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงกลยุทธ์ของการสร้างรูปแบบการมีส่วนร่วมสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประโยชน์ของการวิจัย

1. จากงานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ จำนวน 1 กิจกรรม (การออกแบบผ้าหมักโคลนบารายพันปี) ดังนั้น กลุ่มชุมชนดังกล่าวสามารถนำกิจกรรมนี้ไปเป็นส่วนหนึ่งในการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มชุมชนได้
2. ชุมชน/องค์กรของรัฐบาลและเอกชน/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจ สามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ในอนาคตได้ภายใต้กระบวนการดำเนินงานแบบ PDCA
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วนองภาครัฐบาลสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือให้การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้
4. ส่วนของสถาบันการศึกษาต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการเรียนการสอนในลักษณะต่างๆ ได้ อาทิเช่น
 - 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
 - 2) การสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน แต่ยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้ เป็นต้นนอกจากนี้แล้วยังสามารถใช้ประโยชน์ในการออกบริการวิชาการแก่ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา ณ ชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 6 หมู่ 9 หมู่ 15 และหมู่ 18 จากฐานการท่องเที่ยวเดิมเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- Agila, V., & Jayachithra, J. (2023). Traditional and cultural values through life skills education. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, 9(1), 91-93.
- Aungsutheerakul, P., Chamnantham, S., & Wariphan, P. (2023). A guideline for promoting the potential of creative tourism in Chanthaburi province. *Santapol College Academic Journal*, 9(2), 156-165. [in Thai]
- Buriram Provincial Statistical Office. (2023). *Report on Statistics of Visitors to Ancient Sites*. Buriram Data Catalog. https://buriram.gdcatalog.go.th/dataset/dataset_31_05 [in Thai]
- Catts, R., & Lau, J. (2008). *Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper*. UNESCO. Committee of National Tourism Policy. (2023). *3rd National Tourism Development Plan (2023 - 2027) Resilience Sustainability Inclusive Growth*. Ministry of Tourism and Sports. [in Thai]
- Dechtongkam, K. (2021). Developing and driving creative tourism towards sustainability under COVID-19 pandemic. *Journal of International and Thai Tourism*, 17(2), 1-18. [in Thai]
- Edwards, G. C. (1990). *Implementing Public Policy*. Congressional Quarterly Press.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, G. V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-Sem): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Jaiuea, M., Kedkaew, P., Pechphan, T., & Jonvirat, R. (2023). The life-style, travel behaviors and selection of tourist destination of generation Z tourists in Thailand. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 13(1), 85 - 105. [in Thai]
- Jansuri, A., Suttipisan, S., & Khanonkram, K. (2020). Guideline for the creative tourism development based on Thainess identity at Bang Rachan Thai retro market, Sing Buri province. *Journal of Thitath Watthanatham*, 19(2), 141-162. [in Thai]
- Khopolklang, N., & Kaewsanga, K. (2021). Capabilities development of local community for creative tourism Chaing Khan Loei. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 16(1), 12-25. [in Thai]
- Kuakul, Y., & Wae-useng, N. (2018). Development of academic affairs administration model of Islamic private schools in southern border provinces to make learners perfect men. *Al-Hikmah Journal (Social Science)*, 8(15), 15-28. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). Culture+Creative tourism 4/2562. *Tourism Economic Review*, 1(3), 1-63. [in Thai]
- Ontam, N. (2019). PDCA (Deming Cycle) management techniques. *Journal of Association of Professional Development of Educational Administration of Thailand (JAPDEAT)*, 1(3), 39-46. [in Thai]
- Pinprachanan, T., Panupat, C., & Junead, J. (2022). Creative tourism activities development for cultural conservation of Urak Lawoi ethnic group on Lanta island Krabi province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1348-1368. [in Thai]

- Prasunin, J. (2017). Community strategic plan for the special economic zone and areas for sustainable tourism in Wiang Chiang Saen municipality. *Research and Development journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 9(1), 32-46. [in Thai]
- Raymond, C. (2007). *Creative Tourism New Zealand: The Practical Challenges of Developing Creative Tourism*. Routledge.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development*. Sunstone.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): a Useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 1(5), 105-115.
- Saurabh, G., Onkar, N. M., & Sunil, K. (2022). Tourist participation, well-being and satisfaction: The mediating roles of service experience and tourist empowerment. *Current Issues in Tourism*, 26(16), 2613-2628. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2091429>
- Srilachai, A., & Buasorn, P. (2018). Guidelines for sustainable tourism management for community-based tourism, A case study of Ban Kokmuang, Jorakhemak, Prakhonchai District, Buriram province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 12(1), 218-229. [in Thai]
- Supun, J. (2023). A development model of a community market for Chainat province tourism. *NRRU Community Research Journal*, 17(1), 169-181. [in Thai]
- Suwansoon, P. (2025). *Creative Tourism*. Secretariat of the House of Representatives. [in Thai]
- Tanongkit, M., Junprasert, T., & Akakulanan, S. (2018). Determinants of success in creative tourism case study of Ban Nam Chieo tourism community enterprise. *Journal of International and Thai Tourism*, 14(1), 1-33. [in Thai]
- Thanam, R., & Jansuri, A. (2020). Guidelines for the promoting rural tourism based on creative tourism of Umphang district Tak Province. *Journal of Thithat Watthanatham*, 19(2), 90-111. [in Thai]
- Thuvanuti, P., & Paopandee, C. (2022). Factors affecting the potential of cultural tourist attractions Bangkhunsai subdistrict Ban Laem district Phetchaburi province. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 12(1), 39-45. [in Thai]
- Warunsub, D., Wongprasit, N., Jiradetprapai, S., & Tekhanmag, K. (2018). A cultural capital management model for creative tourism in Thailand. *ARU Research Journal*, 5(1), 17-24. [in Thai]
- Wattanadittachan, W., & Thammaapipon, S. (2023). The factors of the success of the tourism community enterprise of Ban Tham Suea in Krabi province. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 5(6), 1307-1318. [in Thai]
- Wongkird, P., Apisupakronkun, P., Tangarn, S., Siriprapa, J., & Sahawong, W. (2021). Communication for promoting cultural tourism of Khok Muang community, Jorakhay Mak sub-district, Prakhonchai district, Buriram province. *Interdisciplinary Management Journal of Buriram Rajabhat University*, 5(1), 13-22. [in Thai]
- World Tourism Organization. (2018). *UNWTO Annual Report 2017*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284419807>
- World Travel & Tourism Council. (2024, May 14). *Travel & Tourism Economic Impact 2024*. World Travel & Tourism Council.